الإعلام الناعم

كيف يمكن تشكيل العقول؟

د. خالد محمد غازي

الكتاب: الإعلام الناعم .. كيف يمكن تشكيل العقول؟

الكاتب: د. خالد محمد غازي

الطبعة: ٢٠٢٣



الناشر: وكالة الصحافة العربية (ناشرون)

٥ ش عبد المنعم سالم – الوحدة العربية – مدكور- الهرم – الجيزة
جمهورية مصر العربية
هاتف : ٣٥٨٢٥٢٩٣ _ ٣٥٨٦٧٥٧٦ _ ٣٥٨٦٧٥٧٥
فاكس : ٣٥٨٧٨٣٧٣
http://www.bookapa.com E-mail: info@bookapa.com

دار الكتب المصرية
فهرسة أثناء النشر

غازي ، خالد محمد
الإعلام الناعم ..كيف يمكن تشكيل العقول؟ / د. خالد محمد غازي
– الجيزة – وكالة الصحافة العربية.
٢١٩ ص، ١٨*٢١ سم.
الترقيم الدولي: ٨ – ٦٨٢ – ٩٩١ – ٩٧٧ – ٩٧٨
أ – العنوان   رقم الإيداع : ٥١٦٥ / ٢٠٢٣

الإعلام الناعم

كيف يمكن تشكيل العقول؟





مقدمة

تنطلق الثورة الإعلامية والتكنولوجية التي نحن نعيش عصرها من خلال ثنائية متلازمة: صناعة التكنولوجية كأدوات من جانب، ومن جانب آخر الإنتاج المعلوماتي والمعرفي المتدفق بالغث والثمين، هذه الثنائية تقوم بالبحث والتحليل والتفسير لمختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية، وكل ما يتصل بالفرد في المجتمع المحلي أو العالمي.

وتكمن خطورة الثورة الإعلامية الحديثة على مجتمعاتنا االعربية بصفة خاصة، في تلك التحديات المعرفية والفكرية والمعرفية، في ظل العولمة والفضاءات المفتوحة.

وهناك ما يشبه الإجماع على أن للإعلام سلطة قوية على الحياة اليومية للمواطن والمجتمع، حيثُ يعمل على بناء تصورات المواطن للواقع اليومي؛ فيقدم له صورة للواقع المحلي، وللواقع العربي، وللواقع العالمي، عن طريق التصوير المفسر لمجريات الأحداث اليومية لذلك الواقع، وعلاقة الأحداث ببعضها البعض، محمولة على أسبابها التي قد تكون صحيحة في شكلها أو مضمونها، أو تم التلاعب الإعلامي بها خدمة لوجهة سياسية أو فكرية معينة..

وحول ذلك يرى "لورينزو" أن عملية الاتصال الإعلامي تقوم على التواطؤ بين الرسالة والاستقبال، "إن التليفزيون لا يقتصر على نقل البرامج

والمضامين فحسب، وإنما هو قبل كل شيء شكل من أشكال العلاقات الاجتماعية، وبذلك فإنه يقيم مع المشاهدين علاقة مشاركة (تواطؤ)، بما يخرجه بالضرورة إلى ثنائية علاقة السيطرة والخضوع (مسيطر/ مسيطر عليه)".

ويضيف إلى قوله السابق أن هناك من "يرون أن الوسيلة التليفزيونية تقدم لنا الواقع نفسه، عبر الصور التي تلتقطها من العالم، وليس مجرد تفسير الواقع والتلاعب به". والتلاعب يشير إلى الدور الخداعي، الذي تقوم به وسائل الإعلام لصالح سلطة ملكية تلك الوسيلة الإعلامية ، فوسائل الإعلام الحديثة تمارس دورًا جوهريًّا في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا، والمشكلات المختلفة المطروحة، حيث تعد مصدرًا رئيسًا للمعلومات عن القضايا السياسية، أو الاجتماعية أو الثقافية، بسبب فاعليتها الاجتماعية، وانتشارها الواسع، فهي تشكل آراء الجماهير بقدرتها على الحراك، ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، بحيث تمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة، وإنما يقوم بتشكيل الرأي العام بصورة غير مباشرة، وبوتيرة متسارعة غير ملحوظة من دون مقدمات.

ومنذ أن بدأت وسائل الإعلام الجديدة، بأذرعها متمثلة في الفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب والإنستجرام تفرض نفسها على واقع حياة الناس، وهي محل جدل، بين كونها إعلامًا جديدًا أو شبكات اجتماعية. وبغض النظر عن مدى صحة أو دقة كلا المصطلحين، وعن الجدل الدائر حولهما يمكن القول إن ما يسمى بالشبكات الاجتماعية شكلت ثورة في حياة الناس، ساعدت – وما زالت تساعد – وسائل الإعلام التقليدية في نقل الوقائع، وفي بعض

الأحيان نقل الحقائق بعيدًا عن أعين الرقيب الحكومي، الذي ما زال يرهق كاهل السلطة الرابعة في العديد من البلدان العربية.

ويلعب الإعلام الاجتماعي دورًا خطيرًا في صياغة وتشكيل وتوجيه الرأي العام، تجاه مختلف القضايا والمشكلات التي تواجه مجتمعًا من المجتمعات. باعتبارها الناشر، والمروج الأساسي للفكر والثقافة والسياسية، وتسهم بفاعلية في عملية تشكيل الرأي العام للأفراد إلى جانب الأسرة، والمؤسسات التعليمية والمدنية، بل إنها في كثير من المناسبات تعد إحدى منتجات الرأي العام، عن طريق التفاعل والتأثير الإنساني المتبادل، وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام الجديدة باختلافها، أبعادًا جديدة زادت من قوة تأثيره على الأفراد، والجماعات.

وإن أقلَّ ما يُقال عن الشبكات الاجتماعية – التي هي شكل من أشكال وأذرع الإعلام الجديد – إنها مثلت ثورة حقيقية غيرت حياة الناس، وكانت طفرة فارقة في حياة العديد منهم، حتى يخيل للمرء وهو يتصفح «تويتر» على سبيل المثال، أن العالم بملياراته يتحاور ويتحادث، كل مع فريقه الذي يشكله، وفي موضوعه الذي يختار. وما زالت تلعب دورًا هامًّا في نقل وقائع ما يجري هنا أو هناك. فهذه الوسائل تُمثل معينًا خبريًّا لوسائل الإعلام، خاصة عندما يتعلق الأمر بأنظمة ما زالت تمنع دخول وسائل الإعلام إلى أراضيها؛ لنقل وقائع ما يجري فيها.

وهناك أيضًا ثورة أخرى تجري في عالم الإعلام، ثورة تتمثل في حجم الاستخدام الهائل لوسائل الاتصال الاجتماعية الجديدة، حتى صار

بالإمكان أن يصلك خبر ما يجري في هذا المكان، أو ذاك من العالم قبل أن تنقله لك وكالات الأنباء، وغالبًا ما يكون هذا الخبر حقيقيًّا صادقًا، وطبعًا هناك هامش من الخطأ، وآخر من الخديعة التي قد يمارسها البعض.

وهذا يؤكد صدقية المقولة المتوراثة أن الإعلام يمثل السلطة الرابعة، فبواسطته يمكنك أن تغير السياسات والثقافات وتشكل العقول، ويصبح بوسعك أن تمجد من شاء وتجعل له شأنًا، وتقلل من شأن من تشاء، وهذا يقود إلى ملامسة دور الإعلام التواصلي.

ويهدف هذا الكتاب في فصوله المتنوعة أن يطرح أسئلة حول فهم أحد أدوار الإعلام الجديد، فقد أحدثت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تطورًا كبيرًا، ليس فقط في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكل عالمًا افتراضيًّا يفتح المجال على مصراعيه، للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات، التي تهمهم بحرية غير مسبوقة، واستطاعت هذه المواقع أن تمد الأفراد بقنوات جديدة؛ للمشاركة في كافة الأنشطة المجتمعية، الأمر الذي يجعل من السياسة شأنًا عامًّا يمارسه معظم أفراد الشعب، دون أن يكون مقتصرًا على فئات دون أخرى، لأن هذه المواقع تشجع الأفراد غير الناشطين، أو الفاعلين سياسيًّا على المشاركة في الفعاليات السياسية، بحيث يمكن القول إنها يمكن أن تكون صوتًا سياسيًّا للمواطن العادي، وغير العادي.

وتكمن إيجابيات الإعلام الاجتماعي في سرعة الاتصال، والقيمة

المعلوماتية، وضمان وصولها، وتحقيق التفاعل معها، وليس كونه إعلامًا مرسلًا من جانب واحد، مما خلق مساواة داخل المجتمع في الاتصال.

وقد ساهم الإعلام الاجتماعي في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار، بعد تفجيره العديد من القضايا، التي أثارت الرأي العام، فتداول الأخبار والصور ذات التوجه السياسي عبر وسائل الإعلام الجديدة، أرغم بعض الحكومات على اتخاذ قرارات، أو التراجع عن قرارات، بسبب الاحتجاج الجماهيري الواسع.

وارتبطت موجة الاحتجاجات والثورات التي اجتاحت المنطقة العربية مطالبة بالتغيير، من قبل شريحة الشباب، بصعود نجم شبكات التواصل الاجتماعي، وغيرها من شبكات التواصل الافتراضية الأخرى، والتي وجد فيها الشباب العربي منفذًا للتعبير عن آمالهم، وطموحاتهم ورغباتهم في التغيير، حتى غدت بمنزلة محرك فعّال، ومؤثر في الأحداث التي شهدتها المنطقة العربية.

الفصل الأول

كيف نفهم أدوار الإعلام؟

الإعلام في اللغة هو: الإبلاغ، والإفادة، ونقل معلومة لشخص ما، وتأكيد درايته بها.

ولم يستقر مفهوم الإعلام كمصطلح على شكل واحد، فمثلًا بدأ بالمفهوم الذي قدمه "فولي" بـ"أنه تبادل للمعلومات والأفكار والآراء بين الأفراد"، لكنه حصر مفهوم الإعلام في عملية تبادل المعلومات، وأهمل الوسيلة.

بينما عرف "فرانسيس بال" الإعلام بأنه تبادل للمعلومات بين الأفراد، وأضاف له عامل الوسيلة والتجهيزات، التي تجعل هذا التبادل ممكنًا، لكنه لم يحدد طبيعة هذه الوسائل، إذ تركها عامة إذ أصبحت هذه الوسائل التي تدخل في الإعلام معنية بهذا التعريف غير الدقيق، وهو ما دفع المدرسة الأنجلو سكسونية إلى تغيير أو تعديل التعريف السابق، وتقول إن الوسائل التي أشار إليها فرانسيس بال هي وسائل الاتصال الجماهيري؛ وبذلك فإن وسائل الإعلام هي وسائل الاتصال على النطاق الجماهيري.

ويعرف "أوتوجرت" الإعلام "بأنه التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاته"، وهناك من يري أن الإعلام هو: العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير، وعواطفهم السامية، والارتقاء

بهم من خلال تنويرهم، وتثقيفهم، لا تخديرهم وخداعهم.

ويقصد بوسائل الإعلام جميع الوسائل والأدوات التي تنقل إلى الجماهير المتلقية ما يجري من حولها عن طريقة السمع والبصر. أي أن وسائل الإعلام هي التي تتجسد في الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما والإعلان. وهي من أهم المؤسسات المرجعية التي تؤثر في شخصية وقيم وأفكار وممارسات الأفراد على مستوى قد يكون بعيد الأمد.

أما المدرسة الفرنسية في تعريفها لوسائل الإعلام، فقد استخدمت تعبير مؤسسات النشر، وهو تحديد أكثر دقة من التعريف السابق. فعندما نقول mass media نحصر وسائل الإعلام في الإذاعة والتلفزيون والصحف، أما مؤسسات النشر المعلوماتي فهو وسيلة إعلامية.

وبالرغم من كل هذه التعريفات يبقى المفهوم غامضًا غير دقيق؛ لذا نجد الدكتور إبراهيم إمام قدم مفهومًا دقيقًا للإعلام من خلال ما يلي:

الإعلام هو النقل الموضوعي للمعلومات من مرسل إلى مستقبل؛ بحثًا عن التأثير الواعي على عقل الفرد، حتى تتيح له إمكانية تكوين رأي على أساس الحقائق المقدمة، بمعنى الإعلام دائمًا ينقل الحقائق، وهذا في إطار التفاهم بين المرسل والمستقبل، وبذلك؛ فالإعلام يختلف عن الإشهار؛ لأن الإشهار هو أيضًا نقل المعلومات في اتجاه واحد، لكن بغرض يختلف عن الإعلام، فالإشهار معلوماته عبارة عن سلع وخدمات، ولكن قصد الترويج لها، ودفع طرف المستقبل إلى الإقبال عليها، أي حث المستهلك إلى تقبل هذه السلعة من خلال توظيف العوامل النفسية والاجتماعية كغريزتي

الأكل والجنس، وبذلك فإن الإعلان لا يخاطب فقط عقل الفرد مثل الإعلام، بل أيضًا يثير غرائزه بأسلوب مبالغ فيه، ولكن دائمًا بدرجة لا يجب أن تصل إلى التزييف.

وبشكل عام يُطلق مصطلح الإعلام على جميع الوسائل والتقنيات والمنظّمات، إضافةً للمؤسسات سواء التجارية أم غير الربحيّة، العامة أم الخاصة، الرسميّة أم غير الرسميّة، التي تكون مهمتها ووظيفتها الأساسية نشر الأخبار والمعلومات المختلفة ونقلها، وحاليًا تعدّت وظيفة الإعلام هذه الأمور، فأصبح يتضمّن الترفيه والتسلية، تحديدًا بعد انتشار التلفاز ووجوده في جميع البيوت، وتسمّى التكنولوجيا التي تقوم بهذا كله بوسائل الإعلام.

والإعلام ليس كتلة صماء واحدة، بل هو مجالات واسعة، وأنواع متغيرة، ومقاييس مختلفة، ومعايير متباينة. والوعي بتنوع الإعلام هو الذي يساعد المتلقي على المقارنة والتصنيف والفرز، فلا يكون تعامله مع الإعلام ككتلة واحدة صماء، بل يكون أفقه واسعًا، لكي يستوعب الخريطة الشاملة للتنوع الإعلامي في العالم، فهو "النقل الحر والموضوعي للأخبار، والمعلومات، والوقائع بصورة صحيحة بإحدى وسائل الإعلام مستهدفًا العقل، ولا يهدف لأي غرض سوى الإعلام ذاته، لغرض التميز بينه، وبين الدعاية".

ويُقصد بالإعلام عمومًا تلك العملية، التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة، التي ترتكز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، فوظيفة الإعلام

الإبلاغ، الشرح والتفسير والتثقيف والامتناع، فهو تغيير عملي لتكوين المعرفة والاطلاع، والإحاطة لما يُهم الإنسان في كل زاوية من زوايا محيطه، وفي كل مرفق من مرافق حياته، فالإعلام شبيه بالشبكة العصبية الممتدة والمتفرغة، والمتشعبة خلال الجسم، والتي تنقل الإحساس، وتستجيب لكل المؤثرات الخارجية والداخلية، التي تطرأ على هذا الجسم الواحد، ويتضمن ميدان دراسته جميع أشكال الفن والاتصال بين الأحياء والتعليم المدرسي، والعلاج النفسي، وأعمال المجالس واللجان، وعلم اللغات والبحث التاريخي، ويمكن القول إن الإعلام في إمكاناته، وفي دقته الكبيرة، واختلاف طرق تعبيره، وهو أكثر أشكال السلوك ذات الصفة الإنسانية

ونحن نرى أن الإعلام حاجة أساسية يومية للأفراد والمجتمعات والحكومات المختلفة، وله أهمية حيوية في توظيف وتعزيز المعلومة الإخبارية للمصالح العليا للمجتمع والدولة، وهو التعرف بقضايا العصر، والمشكلات التي تواجهه، والتكيف في معالجة هذه القضايا من خلال وسائل الإعلام على مختلف أنواعها (المسموعة، والمقروءة، والمرئية)، وهي واحدة من المؤسسات التي تنقل النصوص المختلفة للوصول إلى جميع فئات المجتمع وتأثيرها على تفكيرهم وعقولهم، وتحقيق أكبر قدر من القاعدة الجماهيرية والاستجابة لنصوصها، وتأثيرها على صانع القرار السياسي، وعلى رسم السياسات العامة.

أما الإعلام كمصطلح فهو يشير إلى الوسائل أو المنظمات، التي تتولى مسئوليّة نشر الأخبار، وإيصال المعلومات للأفراد، وتتنوع في ملكيّتها؛ فقد تكون عامة أو خاصة ورسميّة أو غير رسميّة، وكما تقدم هذه التقنية مواضيع مختلفة للجمهور، كالترفيه والمعلومات والتسلية والأخبار، وغيرها مما يُهم الفرد، ويكون إيصال هذه المعلومات بواسطة تقنيات، أو وسائل خاصة بها تُسمّى وسائل الإعلام.

وبغض النظر عن تعدد وتنوع التعريفات للإعلام، إلا أن محورها هو عبارة عن مجموع الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية والعلمية، المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر، ضمن إطار العملية التثقيفية والتعليمية والإرشادية للمجتمع، وسواء كانت هذه الوسائل الإعلامية مقروءة أم مسموعة أم مرئية؛ فإن الغاية الإعلامية تتمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل، ومدى مسايرته لروح العصر والفاعلية الموضوعية، والأبعاد التثقيفية، والشكل الفني الملائم فيه.

أما وسائل الإعلام فهي تعني (المجموعات أو الوسائل)، التي تقوم بتوصيل المعلومات والأخبار إلى الناس. فمُعظم الناس يحصلون على معلوماتهم عن الحكومة من وسائل الإعلام، وقد استجابت وسائل الإعلام إلى الاعتماد المتزايد من الناس على التلفزيون، والإنترنت، بجعل الأخبار مُتاحة بشكل أكبر، وأكثر سهولة.

أنواع وسائل الإعلام

تختلف وسائل الإعلام اليوم، وتتعدد أنواعها، وهي تشمل:

أولًا:- الوسائل المطبوعة: (الصحافة)، ويقصد بها الصحف، والمجلات، والدوريات، والكتب، والنشرات، والكتيبات، واللافتات، والملصقات.

تعد الصحافة هي الوسيلة الإعلامية الكتابية السائدة والمسيطرة، وتشمل الصحافة جميع الطرق التي تصل بواسطتها الأنباء، والتعليقات عليها إلى الجمهور، وكل ما يجري في العالم مما يهم الجمهور، وكل فكر وعمل ورأي تثيره أحداث العالم، يكون المادة الأساسية للصحفي.

فالصحافة تُعَدُّ نافذة على العالم باعتبارها ملمة لمختلف أحوال، وأخبار العالم، من سياسة اقتصادية، اجتماعية، فكرية، أدب، حوادث أو كوارث طبيعية رياضية، وحتى الترفيه، وهي وسيلة تتسم بالحيوية، ذلك لاتصالها بالحياة اليومية للأفراد وللمجتمعات.

ثانيًا:- الوسائل السمعية: (الإذاعة والتسجيلات الصوتية المختلفة، والتي تعتمد على عنصر الصوت وحده).

تعد الإذاعة وسيلة إعلامية هامة تختلف عن الوسائل الأخرى؛ لأنها تتخطى الحواجز، وتصل إلى كل مكان، ويساعد على انتشارها سهولة تلبيتها لمعظم الرغبات، مما يعطيها فرصة التأثير المستمر، فهي تخاطب عقول السامعين، بغض النظر عن مستوياتهم الثقافية، لذلك تصاغ المادة الإذاعية في عبارات بسيطة، يدرك معانيها المثقف وغير المثقف.

كما أن ساعات البث الإذاعي كثيرة مقارنة مع وسائل الإعلام

الأخرى، إضافةً أنه يمكن استعمالها في أي مكانٍ كان، سواء كان ذلك داخل البيوت، أم خارجها، وحتى مرافق العمل.

ثالثًا:- الوسائل السمعية والبصرية: (التلفزيون والسينما والمسرح).

تعد الوسائل السمعية والبصرية من وسائل الإعلام التثقيفية والترفيهية المنتشرة عبر العالم، وينفرد التليفزيون بخاصتين تميزانه عن سائر وسائل الإعلام الأخرى، وهما الصورة الحية والصوت الطبيعي، وهذا ما يجذب إليه أكبر عدد ممكن من المشاهدين.

رابعًا- إعلام الإنترنت (وما يطرحه من رؤية جديدة للتواصل والاتصال).

وردت تعريفات عديدة، تحاول تحديد وتوصيف ماهية الإنترنت، باعتبار أنه مصطلح جديد نسبيًّا في الساحة العلمية، مما أدى إلى جلب اهتمام المختصين في هذا المجال، ومن بين هذه التعريفات، إنه "مجموعة هائلة من الكمبيوترات، أو الشبكات المتصلة فيما بينها، وكلها مترابطة بشبكة واحدة هي شبكة الشبكات، فاستعمال الهاتف والمودم وجهاز الكمبيوتر، لنحصل على الإنترنت".

وفي تعريف آخر: "الإنترنت هي شبكة من أصل أمريكي، وهي تتكون اليوم من أكبر الشبكات في العالم، والإنترنت هي وسيلة سهلة للمختصين في الميدان، وعامة الناس".

والإنترنت أحدث تغييرًا جذريًّا في وسائل الإعلام لمزيد من الناس، الذين أصبحوا يعتمدون على مصادر الأخبار على الإنترنت، بدلًا من

وسائل الإعلام المطبوعة، ووسائل الإعلام التي تقوم بالبث، فالناس يقومون الآن بتصفح مواقع الكثير من وسائل الإعلام التقليدية، ويتابعون مصادر إخبارية مُمَيَّزة على الإنترنت مثل المدونات. ويمكن للمواقع أن تُوَفِّر المعلومات في شكل النص والصوت والفيديو، وهي تُعتَبَر بديلًا لجميع الطرق، التي تستخدمها وسائل الإعلام التقليدية.

تأثيرات ناتجة عن الإعلام

الهدف من الاتصال هو إحداث تأثير معين، كبناء موقف لشخص معين، أو دفعه للتصرف بطريقة معينه، أو الاعتقاد في شيءٍ ما، أو تكوين رأي عام إزاء قضية معينة على نحو معين، أو التأثير في السلوك الانتخابي أو الشرائي، وباختصار شديد يمكن القول بأنه ليس هناك استخدام لوسائل الإعلام، هكذا في غياب النيّة التأثيرية للقائم بالاتصال.

ويجب التمييز بين المستويات التي تخضع لتأثيرات وسائل الإعلام، فهناك الفرد والجماعة والمنظمة والمجتمع والدولة والثقافة، كما يجب التمييز بين المجال الذي يقع عليه التأثير، فهناك المعارف والآراء والاتجاهات، وهناك علاقة بين مستوى التأثير ومجاله من ناحية، ومداه من ناحية ثالثة؛ فقد يقع التأثير على المدى القصير، وقد يقع على المستوى المتوسط، وقد يقع على المدى البعيد.

أيضًا، من المهم التفرقة بين اتجاه التأثير؛ فالتأثير الإعلامي قد يتجه نحو التغيير، أو نحو التدعيم أو التعديل، كذلك يمكن التمييز بين الآثار التي تنتج عن الخصائص، والصفات المادية لوسائل

الإعلام، والتأثيرات الناجمة عن الوقت الذي يقضيه المرء مع وسائل الإعلام، وهذه وتلك تختلف عن التأثيرات الناجمة عن المضمون، ومن المهم النظر إلى تأثيرات وسائل الإعلام، وفقًا لما إذا كانت متعمدة من قبل الوسائل أو غير متعمدة، وهكذا نجد أنفسنا أمام مصفوفة متشابكة من التأثيرات غير المتناهية، وهي كلها يصعب الجزم بحدوثها في غياب دراسات علمية، تستهدف المتلقي، وتحدد المتغيرات الخاضعة للدراسة، وتترجم المفاهيم النظرية إلى مؤشرات قابلة للقياس.

وظائف وسائل الإعلام

أ- التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:

توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر، وغير مباشر على السواء، عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادةً، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة، ومحتوى، ازداد تأثيرها، فلا يعقل أن تخاطب من ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق، وعلم الكلام، والحجج الفكرية، والفلسفية.

ب- زيادة الثقافة والمعلومات:

التثقيف العام هدفه تزويد الفرد بواسطة وسائل الإعلام، وليس بالطرق، والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد أكان ذلك بشكل عفوي، وعارض، أم بشكل مخطط، ومبرمج ومقصود.

ج- الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية:

يُعرف الاتصال الاجتماعي عادةً بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد

بعضهم مع بعض، هذا الاحتكاك نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام، التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية، وتنميتها، فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبارًا اجتماعية عن الأفراد، والجماعات أو المؤسسات الاجتماعية، والثقافية؛ فإنها بذلك تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار، بل إنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير.

د- الإعلان والدعاية:

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهم المواطنين، كما تقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة، عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة، أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة، أو وضع التزام ما موضع التنفيذ... إلخ.

تأثير وسائل الإعلام في الجمهور

للإعلام تأثير كبير وخطير في الجمهور، حيث يقوم الإعلام بتزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، وبقدر ما تكون هذه الصحة، أو السلامة في المعلومات أو الحقائق، يكون الإعلام في ذاته سليمًا وقويًّا وبناءً، على ذلك يكون له تأثير كبير وصدى مباشر على الرأي العام، فالإعلام اليومي هو الذي يحصل عليه كل مواطن في وطنه، إما عن طريق بيته، أو عمله، أو أثناء سيره في الطرقات العامة، أو جلوسه في المنتديات والجمعيات، أو اختلاطه بالناس والأشياء، بطريق

الوسائل الإعلامية الطبيعية، التي يخضع لها خضوع غيره من المواطنين في الوطن، أو البيئة التي يعيش فيها.

ويرى "برايز" في كتابه "الديمقراطية العصرية"، أن الرأي العام يستخدم عمومًا مجموع الآراء التي يتبعها الناس في الشئون، التي تؤثر في المجتمع أو تهمه، إنه مجموعة من كل نوع من المعلومات المتناقضة، والمعتقدات والأوهام والأفكار المبتسرة، والتطلعات، إنه حائر ومفكك، ويعوزه تبلور، ويتغير من يوم إلى يوم، ومن أسبوع لآخر.

لذا فإن هناك علاقة ما بين طبيعة الجمهور والرأي العام، حيثُ يدل الجمهور كاسم على أية رابطة فضفاضة، لأفراد مجتمع بينهم مصالح مشتركة، أو قاعدة ثقافية مشتركة، ووسائل آلية مختلفة من الاتصال، فمن المتفق عليه بصفة عامة أنه لا يقتصر على وجود جمهور واحد، بل يوجد بالأحرى عدة جماهير، فهناك مصطلح الجمهور الواسع النطاق، ويضم عددًا كبيرًا من الأعضاء مثل الجمهور السياسي، في أثناء انتخاب رئيس مثلًا، وهناك جمهور آخر يكون ضيق في هدفه، حيثُ يشمل نسبية أعداد صغيرة من الناس، كما في حال جمهور يهتم بأشكال جديدة من الفن، وأيًّا كان، فإن الجمهور كرابطة أفراد يحتاج إلى تنظيم، وضعه تنظيم أصولية ما بعد الفصل ما بين الجمهور والرأي العام.

الإعلام والمجتمع

السبب الرئيسي في اختلاف الإعلام من مكان إلى آخر، ومن زمان إلى زمان، هو اختلاف نظم الحكم، بالإضافة لأسباب أخرى، تلي هذا

السبب في الأهمية، ومنها اختلاف نظام الحكم ذاته، واختلاف الثقافات والمشاعر والعواطف من مجتمع لآخر، ولهذا فإن الإعلام لا مفرَّ له في الواقع من أن يعكس كل هذه الجوانب السياسية، والاجتماعية والثقافية في وقتٍ واحد، ومن هنا اتفق العلماء على أن الفلسفات التي نجم عنها الاختلاف، توشك أن تنحصر فيما يلي:

أ) الفلسفة الخاصة بطبيعة الإنسان من حيثُ كونه إنسانًا، قيل فيه إنه مدني بطبعه؛ أي أنه مفطور على حب الاتصال بغيره، حريص على الوقوف على أخبار هذا الغير.

ب) الفلسفة الخاصة بطبيعة المجتمع وطبيعة الدولة، التي تهيمن على هذا المجتمع، فعلى أساس من هذه الطبيعة تكوّن النظرية، أو المذهب الذي يختاره المجتمع بعينه في زمن بعينه.

ج) الفلسفة الخاصة بعلاقة الإنسان أو المواطن بالمجتمع، الذي يعيش فيه من جانب، والدولة التي يخضع لها من جانب آخر.

فضلًا عن الفلسفة الخاصة بطبيعة المعرفة في ذاتها، حيثُ أن الإعلام يعكس الجانب الثقافي من جوانب المجتمع، بالإضافة إلى الجانب السياسي؛ لذا فمن الأجدر بنا التركيز على الفلسفة الخاصة بطبيعة المجتمع والدولة، حيثُ توضح لنا أسئلة توضح لنا طريق المعرفة، فيما يخص ما نحن بصدده، فما هو نوع المجتمع الذي يمارس فيه الإعلام بطريقةٍ ما؟ وما حظه من التقدم الحقيقي قياسًا بالمجتمعات الأخرى؟ وما هو نوع الحكم الذي يسيطر على هذا المجتمع.

إن تلك الفلسفة توجب معرفة مجموعة التقاليد والعادات، التي تؤثر في حياة الفرد في هذا المجتمع، ودراسة القوانين والنظم التي يخضع لها هذا المجتمع، حيثُ يتبين لنا مدى الترابط الذي يربط الفرد بالدولة، والدولة بالفرد، وما لها من تأثير كبير في نوع الإعلام الذي يمارسه المجتمع، إن حديثنا السابق يعطينا دلالة على أن الإعلام العقلي، الذي هو أحد أنماط الإعلام في تصنيف مدرسة ميونخ الألمانية، ما بين فطري ويومي وعاطفي، إلى جانب العقلي الذي يعتبر أرقى أنواع الإعلام، والسبب في ذلك يرجع إلى أن الموضوعية تعلو فيه علوًّا ظاهرًا على الذاتية، حيثُ تحلُّ الحقائق والأرقام والإحصائيات محلَّ الصيغ والأساليب والبلاغات.

وعلى ذلك يقول "أوتوجورت" عن الإعلام "إنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماعة، ولروحها، ولكيانها، وميولها، واتجاهاتها المختلفة، وفي نفس الوقت، ولا يكون ذلك إلا بتوخي الصدق في الإدلاء بالمعلومات، التي تتصل بموضوع الإعلام".

وتلعب وسائل الإعلام دورًا بارزًا في وضع أجندة الاهتمامات العامة، وهو يختلف عن دور التأثير الإقناعي، الذي تقوم به في تشكيل الاتجاهات العامة للناس، ما يحبون وما يكرهون، معارضتهم وتأييدهم للموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فالتأثير المتميز لوضع الأجندة يفترض تركيز الاهتمام العام حول قضايا، أو أحداث، أو أشخاص معينة، وتحديد الأهمية التي يمنحها الجمهور

للموضوعات العامة، حيث يميل الناس إلى إبراز، أو استبعاد ما تبرزه، أو تستبعده وسائل الإعلام.

والتأثير الإعلامي على المدى القصير قد يكمن في وضع الأجندة، لكن بمرور الوقت، ومع مزيد من التركيز على ذات القضايا، قد يتحول بناء الأجندة إلى بناء قيم اجتماعية وتوجهات أيديولوجية جديدة، لم يكن ممكنًا بناؤها في غياب تواصل التركيز الإعلامي الانتقائي الموجَّه.

فتأثير وسائل الإعلام ليس في التحويل الدرامي المفاجئ لقضايا، واهتمامات الرأي العام، ولكنه يتمثل في وضع الحدود، أو الإطار العام للمناقشات والمناظرات العامة للقضايا الخلافية. وهو يحدد الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام في إضفاء الشرعية، أو القبول الاجتماعي لأفكار ومفاهيم معينة، واستبعاد مفاهيم أخرى من الجدل أو النقاش السياسي.

وقد تضاعف دور الإعلام في الحياة الاجتماعية مع انتشار وسائل الإعلام الجماهيري على نطاق واسع في القرن العشرين. فأصبح الإعلام يربط بين مشاعر الناس الذين ينتشرون في مناطق عديدة، وألغى الزمان والمكان. فأصبح العربي اليوم أكثر تعاطفًا، ومتابعة لقضايا الأمة العربية، بل وأصبح أكثر اهتمامًا بالقضايا الدولية، وحقق الإعلام بذلك تنسيقًا في الجهود بين الأفراد والشعوب.

ومع تصاعد دور وسائل الإعلام الجماهيري، سادت في الربع الأول

من القرن العشرين الفكرة، التي تقول إن وسائل الإعلام قوية جدًّا، وأنها قادرة على تحديد الفكر، ودفع الأفراد إلى التصرف وفقًا لأهدافها الإعلامية، وكنتيجة لدور الدعاية في الحرب العالمية الثانية، تصور الكثير من رجال الإعلام أنهم حققوا النصر، أو ساعدوا على تحقيقه بالحملات الإعلامية التي قادها، حتى لقد ساد الاعتقاد أن الصحف هي التي أدخلت الولايات المتحدة الحرب ضد المحور، وراجت في تلك المرحلة وجهة النظر، التي تؤمن بقدرة وسائل الإعلام على التأثير على الاتجاهات والآراء والسلوك، واعتبر أصحاب هذه النظرية جماهير الإعلام كائنات سلبية، يمكن التأثير عليها تأثيرًا بواسطة وسائل الإعلام.

ومن زاوية أخرى، فإن الأسرة هي الخلية الأساسية الأولى التي ينشأ الفرد في أحضانها، فتعمل على إشباع حاجاته، ورغباته، وقيمة، ووعيه بالحاضر، والحفاظ على هويته الثقافية التي تنقل له من الأجيال الكبيرة، وتنمية وعي الأفراد بالحاضر والمستقبل يتطلب الارتقاء بثقافتهم الاجتماعية، وتلك غاية تسعى المجتمعات إلى تحقيقها من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية، فالتنشئة الاجتماعية تتضمن عمليات متعددة أهمها التعلم الاجتماعي، والتثقيف والتوافق الاجتماعي، والانتقال الثقافي، وهي أيضًا إكساب الفرد طفلًا، أو راشدًا، سلوكًا ومعاييرَ، وقيمًا من خلال مؤسسات عديدة أسرية، وتربوية، ودينية، وثقافية.

وتأتي وسائل الإعلام في المجتمع الحديث لتقوم بدور حيوي في عملية التنشئة الاجتماعية، وهذا الدور يزداد أهمية وتأثيرًا بانتشار هذه الوسائل،

وتطورها التقني، واختراقها لجهات الحياة المختلفة، وقبولها الفاعل بين الأفراد وخاصة الأطفال والمراهقين والشباب. وباعتبار أن الإعلام ووسائله تعتبر مؤسسة اجتماعية، فلها دور في غرس القيم الاجتماعية، وصقل الشخصية، وتحديد المعايير الثقافية. لذلك يقول"شرام": "إن وسائل الإعلام تشارك في كل تغيير اجتماعي مثل الثورات الفكرية، والاجتماعية، والسياسية".

ولأن بناء الأسرة ووظائفها معرضه للتغير بفعل تأثير وسائل الإعلام المرئية، فتتغير الأدوار، وقد تتقلص وتهمل وظائف كثيرة لأفراد الأسرة تجاه بعضهم، وتصبح لكل فرد نزعه خاصة به، الأمر الذي يدفع إلى تغيير جوهري في الأسرة، من أسرة مترابطة فيما سكن، إلى أسرة مغتربة فاقدة للترابط. وهنا يمكن للبعض أن يقول: إن وسائل الإعلام المرئي، لا يمكن أن تمارس دورها المؤثر في الأسرة، وتغير بنائها ووظائفها إلى الأسوأ، لو كان هناك استقبال ملائم، واستخدام مناسب لها.

ويرتبط النشاط الإعلامي بعدد من الشروط الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، والتي تصبغه بنوع وتوجهات الفكر الذي يعبر ويخدم مصالح القوى المتحكمة فيه، ومن ثم يمكننا القول إن المؤسسة الإعلامية لا تنشأ من فراغ، ولا تعمل إلا ضمن الإطار العام المرسوم لها، ووفق الأهداف التي تسعي إلى تحقيقها، وفي هذا السياق يجب التنبيه إلى أن الخطاب الإعلامي للمؤسسة الإعلامية يتأثر بالمجتمع الذي ينتمي إليه، وبما يحمله هذا المجتمع من قيم، وأفكار، واتجاهات، وتسهم جميعها في تحديد شكل ومضمون الخطاب الإعلامي عبر وصوله إلى الجماهير.

وفي الحقيقة، فإن الشباب العربي يعيش أزمة ما يسمى بالتغيير، حيث يواجه العديد من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي الذي تسوده جملة من القيم الرديئة، والتناقض الثقافي، والفوضى الاقتصادية، والفقر، والتسلط، والانحراف بكل صوره وأشكاله وأنواعه، في عصر تتزاحم فيه وسائل الإعلام وشبكات الإنترنت، على بث أكبر قدر ممكن من المعلومات المختلفة.

وفي عصر الإعلام المعولم يمكن مشاهدة ومتابعة ما يجري بسهولة، وفي ظل محاولات أصحاب القوة والنفوذ نشر أفكارهم وتسويق توجهاتهم، أصبح الشباب أكثر عرضة للتيارات المتلاطمة، والأفكار المتناقضة، والمعلومات المتجددة التي أصابت قدرتهم على تحديد خياراتهم، وأولويات مجتمعهم، واحتياجاتهم. مما يجعلهم يستمدون من هذه السماوات المفتوحة، سلوكهم، ونمط تفكيرهم، وأسلوب حياتهم، بحيث يصبح التقليد والمحاكاة لمظاهر الحياة الغربية نمطًا اجتماعيًّا سائدًا في حياتهم اليومية، وسلوكًا متحضرًا في عملية التثقيف.

كما أن وسائل الإعلام المختلفة ظلت عاجزة عن بلورة خطاب إعلامي للشباب، ينطلق من بلورة مفاهيم ورؤى جديدة للدور الهام الذي يلعبه، ولعبة الشباب في المجتمعات العربية، بل إن تلك الوسائل تقوم بعرض كمًّا هائلًا من البرامج والمعلومات التي تعكس في مجموعها توجهًا، قد يكون مخالفًا للحاجات التنموية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات العربية، إذ أنها قد تعكس ثقافة استهلاكية عادية وتروج لمفاهيم مختلفة عن

واقع الشباب وقضاياه، مما يؤدي إلي زيادة الفجوة والهوة بين الشباب ومجتمعه.

وهنا يجب الانتباه إلى حقيقة هامة، تتمثل في إن وسائل الإعلام لا تمارس دورها ووظيفتها بشكل مستقل عن ومؤسسات المجتمع، ومن ثم فإن تأثيرها السلبي مرهون إلى حد كبير بوجود عيوب في المضمون الثقافي لوسائل الإعلام.

الفصل الثاني

كيف تؤثر وسائل الإعلام؟

يشمل الإعلام جميع أوجه النشاط الاتصالية، التي تعمل على تزويد الإنسان بالحقائق والمعلومات المعرفية، باعتبار أن الاتصال قوة محركة للمجتمع، بحيث يؤدي إلى أن تكون حركة المجتمع حركة تفاعلية، مؤثرة ومتأثرة، فالاتصال عملية اجتماعية، وتجري في بيئة معينة، تؤثر فيها وتتأثر بها، وهناك تفاعل متبادل بين الاتصال والمجتمع.

ويتفق الباحثون على أن العملية الإعلامية تتحرك من خلال أيديولوجية المجتمع، التي هي مفهوم متغير، بمعني أنه يتحدد وفقًا للتيارات الفكرية والثقافية، والاتجاهات السياسية، والثقافية في المجتمع.

ويرى "مارشال ماكلوهان": "أن التحولات في التكنولوجيا لها تأثيرها الواضح على التنظيم الاجتماعي، وعلى المشاعر الإنسانية، ويتحدد النظام الاجتماعي بطبيعة وسائل الإعلام التي تتم من خلالها عملية الاتصال، فبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لا نستطيع الوصول إلى المعرفة لكيفية التغيرات الاجتماعية، والثقافية التي تطرأ على المجتمعات".

ويتزايد دور وسائل الإعلام في تنمية وعي الأفراد، وزيادة معارفهم ومعلوماتهم وتطلعاتهم، وتعد تلك الوسائل في الوقت الراهن، مصدرًا هامًّا، بل وأهم مصدر نأخذ منه معارفنا ومعلوماتنا عن العالم المحيط بنا، فهي

تلعب دورًا مؤثرًا في تشكيل وعي المواطنين، حيث تؤثر هذه الوسائل في الطريقة التي يدرك بواسطتها الأفراد والأمور، كما وترسم الصورة الذهنية لدى الأفراد عن الدول، والمواقف، والقضايا، والأحداث.

ويبرز عالم الاجتماع "ميلز" خطورة وسائل الإعلام الجماهيرية، وكيفية تأثيرها في صياغة وتشكيل أفكار الأفراد، والتأثير في آرائهم، وتكوين وعيهم، حيث قال: "إن جانبًا ضئيلا فقط مما تعرفه من حقائق اجتماعية عن العالم قد توصلنا إليه بأنفسنا، والجانب الأكبر عن طريقه وسائل الإعلام، والاتصال الجماهيري".

ويتضح أن للإعلام تأثيرات واضحة على تشكيل الوعي، حيث يعمل النظام الإعلامي للمجتمع خلال ما يتبناه من اتجاهات أيديولوجية، وفكرية على صياغة وعي الأفراد، ويعتمد ذلك على وسائل الإعلام نفسها، وأساليب تلك الوسائل في معالجة الرسالة الإعلامية، أي أن وسائل الإعلام تؤثر فينا، إما تأثيرات سلبية أو إيجابية، سواءً شعرنا بذلك أم لم نشعر، فلا أحد محصّنًا من تأثير وسائل الإعلام، حتى الشخص الذي لا يتعرض لوسائل الإعلام فإنه يتأثر بدرجة ما، من خلال زملائه وأقرانه والوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه.

ويمكن إيجاز التأثيرات المختلفة التي تمارسها وسائل الإعلام في عدة نقاط:

– آثار وسائل الإعلام عديدة ومختلفة ومتباينة، قد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد، ظاهرة أو مستترة، قوية أو ضعيفة، نفسية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية.

– تأثير وسائل الإعلام قد يكون سلبيًّا، وقد يكون إيجابيًّا.

– وسائل الإعلام تؤثر في الأفراد والمجتمعات، بل إنها تؤثر في مجرى تطور البشر، وأن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري.

– يختلف تأثير وسائل الإعلام حسب وظائفها، وطريقة استخدامها، والظروف الاجتماعية والثقافية، واختلاف الأفراد أنفسهم، وقد تكون سببًا لإحداث التأثير، أو عاملًا مكملًا ضمن عوامل أخرى.

مجالات التأثير

هناك مجالات عديدة ركزت عليها البحوث الإعلامية لتأثير وسائل الإعلام، وهي على النحو الآتي:

أولًا- التغيير المعرفي:

ويحدث على النحو الآتي:

– المعرفة أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه، الذي يعد جزءًا من جزئيات المعرفة.

– المعرفة هي حصيلة المعلومات التي لدى الفرد، وتشمل الاعتقادات والمواقف والآراء والسلوك.

– تؤثر وسائل الإعلام في التكوين المعرفي للأفراد من خلال عملية التعرض طويلة المدى لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات، فتقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقضية، أو لمجموعة قضايا لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية جديدة بدلًا منها.

– التغيير المعرفي أعمق أثرًا في حياة الإنسان، بخلاف تغيير الموقف أو الاتجاه الذي يكون طارئًا أحيانًا ويزول بزوال المؤثر، أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور، ويمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمنًا طويلًا.

ثانيًا- تغيير الموقف أو الرؤية:

وهو من أبرز وأوضح مظاهر تأثير وسائل الإعلام؛ حيث يقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية ما، أو لشخص ما، أو لقيمه، أو لسلوك وشعور الإنسان تجاه هذا الشيء، إما سلبًا أو إيجابًا، رفضًا أو قبولًا، حبًّا أو كراهيةً، عداءً أو مودة، وذلك بناءً على المعلومات التي تتوافر للإنسان. فوسائل الإعلام هي التي تزودنا بالمعلومات، أو بالجزء الأعظم منها، ومن ثم فإن وسائل الإعلام تؤثر على فهمنا، ومواقفنا، وحكمنا على الأشياء.

ثالثًا- تغيير السلوك:

يحدث التغيير في السلوك البشري نتيجة عدة عوامل متعددة، ومتداخلة، فقد يكون تغيير السلوك البشري نتيجة تغيير في الموقف والاتجاه، أو نتيجة تغيير معرفي عميق، أو نتيجة تنشئة اجتماعية طويلة الأمد، أو قد يكون السلوك ناشئًا عن مؤثرات وقتية بسيطة مثل تغيير السلوك الشرائي، والإقبال على ألوان أو نوعيات معينة من الملابس.

ومهما كانت أسباب تغيير السلوك، فإن لوسائل الإعلام دور ما، يزيد أو ينقص، في إحداث التغيير والتأثير بشكل عام، وذلك حسب متغيرات البيئة، والمحتوى، والوسيلة، والجمهور، والتفاعل.

رابعًا- تغيير القيم عبر التنشئة الاجتماعية:

في كل مجتمع هناك مؤسسات تقوم بتنشئة الأفراد، وتثقيفهم، وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيًّا، وتزويدهم بالمعارف والعقائد والقيم، التي تشكل هويتهم الثقافية والحضارية، مثل البيت والمدرسة. ومع التوسع الكبير لوسائل الإعلام تضاءل دور مؤسسات التنشئة الأساسية كالبيت والمدرسة، وأصبحت وسائل الإعلام صاحبة الدور الأكبر المسيطر في عملية التنشئة الاجتماعية.

والكثير مما نسمعه أو نقرأه أو نشاهده في وسائل الإعلام لا يخلو من هدف، ويعبر عن ذلك علميًّا بأنه "مشحون بالقيم"، فالرسالة الإعلامية سواءً كانت في شكل خبر، أم فكاهة، أم برنامج وثائقي؛ فإنها تستطيع أن تعمل على إزالة قيمة من القيم، وتثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ شيء قائم، والتصدي لآخر قادم، وهذا بالضبط هو مفهوم التنشئة الاجتماعية في أبسط صورها

عوامل مؤثرة في فاعلية وسائل الإعلام

* متغيرات البيئة: وهي كافة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهي قد تكون مساعدة لوسائل الإعلام على إحداث التأثير والتغيير، أو تكون عوامل تضعف فاعلية وسائل الإعلام.

* متغيرات الوسيلة: وهي العوامل المتعلقة بوسائل الإعلام ومصداقيتها، وتنوعها، وشمولها، وتجانسها، وهل هي متشابهة ومتسقة، أم لديها تنوع وتعددية إعلامية.

* متغيرات المحتوى: يلعب المحتوى وقدرته على الاستمالة، والإقناع، والتنوع، والتكرار، والجاذبية، وإشباع حاجات المتلقي، دورًا مهمًّا في فاعلية تأثير وسائل الإعلام.

* متغيرات الجمهور: متغيرات الجمهور لها دلالة كبيرة في فعالية تأثير وسائل الإعلام، حيث يختلف الأفراد في خبراتهم، وثقافتهم، وتعرضهم الانتقائي لوسائل الإعلام، وقابليتهم للتأثر، بل إنه أحيانًا يستجيب الشخص الواحد بشكل مختلف لنفس المحتوى، وفقًا لظروفه الصحية أو النفسية أو الاجتماعية.

* متغيرات التفاعل: آلية التفاعل وطريقته، وهل هو جماعي أم فردي، كل ذلك يحدد مدى فاعلية تأثير وسائل الإعلام.

المدى الزمني لتأثير وسائل الإعلام

* الاستثارة: وتعني الاستجابة السريعة من المتلقي، فعلى سبيل المثال يؤدي التعرض إلى محتوى عنيف أو مخيف إلى تنبيه بيولوجي، واستجابة انفعالية وجدانية، وهكذا. وهناك أيضًا الاستثارة الجماعية للجماهير، خلال فترة قصيرة محدودة، لمدة أيام أو أسابيع، تجاه قضية ما، أو حدث ما.

* التأثير قصير المدى: في ظل متغيرات البيئة والمحتوى والوسيلة والجمهور والتفاعل؛ فإن هناك تأثيرًا لوسائل الإعلام يؤدي إلى حدوث تغييرات قصيرة الأمد في الفهم والاتجاهات، والقيم والسلوك.

* التأثير بعيد المدى: إن تكرار التعرض لبعض أنواع المحتوى، في بعض البيئات، لبعض أعضاء الجمهور، يؤدي إلى إحداث تغيير طويل الأمد، عميق الجذور، في البناء المعرفي، والاتجاهات، والقيم، والسلوك، ويحدث ذلك على مستوى الأفراد أو المجتمع ككل.

أساليب إحداث التأثير

أولًا- أسلوب حارس البوابة الإعلامية:

يعني مفهوم "حراسة البوابة" السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار في ما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف. وتوجد عدة عوامل تؤثر في قرار حارس البوابة الإعلامية منها:

– أهداف ملاّك الوسيلة الإعلامية، الذين يقومون بتمويلها.

– متطلبات المعلنين وشروطهم، وطرق إرضائهم.

– معايير الجمهور وتوقعات ردود فعله.

– المعايير المهنية، وسياسة الوسيلة الإعلامية.

– ضوابط الأنظمة والقوانين.

– معايير المجتمع وقيمه وثقافته وتقاليده، حسب أهميتها وأولويتها لدى مالك الوسيلة.

– المعايير الذاتية، والسمات الشخصية، والدوافع والميول والاتجاهات، لدى الشخص الذي يقوم بمهمة حراسة البوابة.

ثانيًا- أسلوب وضع الأجندة وترتيب الأولويات:

ويتضح هذا الأسلوب في عدة نقاط أساسية:

– وسائل الإعلام لا تستطيع تقديم جميع الموضوعات، وجميع القضايا، وجميع الأحداث، وجميع المشكلات التي تقع في المجتمع، لا تستطيع تقديم «جميع ذلك».

– وبناءً عليه يختار القائمون على وسائل الإعلام «بعض» الموضوعات والقضايا، التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها.

– هذه الموضوعات تبدأ في إثارة اهتمامات الناس تدريجيًّا، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها، ومن ثم تمثل لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيًّا من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام؛ لذلك يقال: «إن وسائل الإعلام لا تنجح دائمًا في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون؟ ولكنها تنجح في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه».

أما العوامل التي تؤثر في ترتيب الأجندة وترتيب الأولويات فهي:

– نوع الوسيلة المستخدمة: ترتيب الأولويات في التلفزيون يحقق نتائج فعالة على المدى القصير، أما في الصحف فهو يحقق تأثيرات أقوى على المدى البعيد.

– طبيعة القضايا: ترتيب الأولويات يحقق نتائج قوية مع القضايا غير الملموسة للجمهور، بحيث تصبح تلك القضايا ملموسة بعد فترة من التغطية الإعلامية المتكررة.

– أهمية القضايا: ترتيب الأولويات ينجح مع القضايا التي تسبب التهديد والخوف مثل التلوث والإيدز، أكثر من القضايا التي لا تسبب تهديدًا مباشرًا مثل الطلاق.

– توقيت إثارة القضايا: ترتيب الأولويات ينجح بشكل كبير باختيار التوقيت الدقيق لإثارة القضايا، واستغلال الفرص والظروف المناسبة لذلك.

ثالثًا- أسلوب التأثير التراكمي طويل الأمد:

تستخدم وسائل الإعلام في العالم سلطتها لإحداث التأثير التراكمي طويل الأمد على النحو الآتي:

– تبدأ مجموعة من وسائل الإعلام في تركيز اهتمامها على نقل رسائل حول موضوع محدد (مشكلة – موقف – قضية).

– على مدى فترة ممتدة من الزمن تستمر وسائل الإعلام في نشر أو إذاعة رسائلها حول الموضوع بشكل دائم، ومنظم، ومتكامل فيما بينها.

– يبدأ أفراد الجمهور في الاهتمام بهذه الرسائل، وتدريجيًّا يبدأ المجتمع المكون من هؤلاء الأفراد في تكوين فهمه العام والمتشابه للموضوع، والمستمد من مضامين وسائل الإعلام التي تضمنتها رسائل هذه الوسائل.

– مع زيادة طرح الوسائل الإعلامية للموضوع يتكون فهم عام مشترك حوله، وبذلك يتم تشكيل، أو إعادة تشكيل المعاني والمعتقدات والاتجاهات، التي تعمل كمرشد لسلوك جمهور وسائل الإعلام.

– وعلى هذا فإن التغيرات التي حدثت نتيجة التعرض لوسائل الإعلام لدى الأفراد تتراكم، ويتولد عنها ببطء معتقدات واتجاهات جديدة، تؤدي إلى تغير واضح في أنماط السلوك المرتبط بالموضوع.

– تحدث مثل هذه التغيرات طويلة الأمد على مستوى مجتمع بذاته، أو على مستوى ثقافة إقليمية معينة، أو على مستوى عالمي.

ويلاحظ على هذا الأسلوب أن الثورة الرقمية والإعلام الجديد ساهمت في كسر احتكار مؤسسات الإعلام التقليدية، والتقليل بصورة ما من سلطتها، وإضعاف تأثيرها نسبيًّا على المجتمعات والثقافات المختلفة.

كذلك فإن وجود التعددية الإعلامية، وتنوع الوسائل واختلافها فيما بينها، وتضارب مصالحها أحيانًا، فهذا كله لا يلغي وجود توافق ضمني بين «بعض» الوسائل، حول «بعض» القضايا والمواقف والاتجاهات، يحدث فيها التأثير التراكمي طويل الأمد.

الفصل الثالث

كيف تكون الوظيفة التبادلية بين الإعلام التقليدي والجديد؟

الاتصال والتفاعل سمة إنسانية منذ قديم الزمان، وقد تعددت وسائل الاتصال قديمًا من بين الاتصال الشفهي، والمكتوب، إلى أن تطورت الوسائل بعد الثورة الصناعية، واختراع الصحف والإذاعة والتليفزيون، واستمر الحال لعقود طويلة حتى اختراع الشبكة العنكبوتية (الإنترنت)، التي ربطت العالم كله ببعضه البعض، وهو الحدث الأهم الذي غير مسار التاريخ، وجعل العالم قرية صغيرة ضيقة الأطراف، وصولًا لما يعرف بالإعلام الجديد، أو الإعلام البديل واستخدام المواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي في نقل مجريات الأحداث، وظهور مجموعة من المؤثرات والوسائط الإلكترونية التي تنقل أفكارًا مختلفة للأفراد.

فأصبح المجتمع مفتوحًا ومتاحًا للجميع، حتى لغير المتخصصين والدارسين والعاملين في هذا المجال، مما تطلب بذل مزيدًا من الجهد في التفكير الناقد، حيثُ غيرت هذه الوسائل التكنولوجية كل نواحي الحياة، وخلقت أنشطة جديدة للأفراد والمجتمعات، وتتمثل أهمية الإعلام في الآثار التي يحدثها من قيم وأفكار ومعتقدات، فوسائل الإعلام هي مصدر المعلومات، ومع التطور التكنولوجي أصبح مصدر المعلومة في وضع خطر، فلا ندري ما مصدر المعلومة الصحيح، وكيف نتعامل معه.

ويعرف الإعلام التقليدي بأنه "وسائل الاتصال التقليدية من

التلفزيون، والإذاعة، والصحف والمجلات الورقية، والكتب والنشرات المطبوعة". والعامل المشترك بين هذه الوسائل، هي أن ملكيتها تابعة للدولة أو المؤسسات الإعلامية الخاصة والأفراد؛ لذلك هي تحت سلطة مقص الرقيب، وعرضه للقيود والاستغلال والتوجيه، إلى كل ما يخدم السلطة السياسية، أو يخدم مصالح أخرى شخصية وخاصة.

وقد تطورت الوسائل إلى الوسائل المسموعة كالإذاعة والراديو، حيثُ كانت التجارب الأولى عام ١٨٩٠، ولكنها ترسخت على أرض الواقع عام ١٩٢٠، وكانت للولايات المتحدة الأمريكية الصدارة في ذلك، حيث أجريت العديد من التجارب في هذا الحقل، وبعد ذلك انتشر الأمر، وتم إنشاء هيئة الإذاعة البريطانية ١٩٢٤، والتي تميزت بسرعة الانتشار بين جميع السكان والفئات، ولكن حملت هذه السرعة في طياها عيبها، وهو تعامل بعض الأفراد معها من باب الترفيه, وتطورت الوسائل إلى المسموعة – المقروءة كالتليفزيون، فلم يخلُ بيت منه، ويوجه رسائله، ويستطيع الفرد أن يحصل على كل المميزات السابقة في الوسيلتين السابقتين، ومن مزاياه:

١- يقدم المادة الإعلامية في نفس الزمن.

٢- درجة تأثيره أعلى من الصحافة والإذاعة.

٣- ينقل المعلومة بصورة واضحة.

ويمكن تعريف الإعلام الجديد بأنه "إعلام متعدد الوسائط، حيث يتم

عرض المعلومات في شكل مزيج من الصوت والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرًا، وهذه المعلومات هي معلومات رقمية، يتم إعدادها، وتخزينها، وتعديلها، ونقلها بشكل إلكتروني".

كما أن الإعلام الجديد ملكيته العامة، لكل من يملك هاتف ذكي ويجيد استخدامه، وتتوفر لديه خدمة الإنترنت، واشترك في واحدة أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي، فيستطيع الاستفادة منها، ونشر الأفكار التي يؤمن بها عليها، والتعبير عن أرائه بحرية كاملة دون رقيب؛ وذلك أدى إلى إنهاء الاحتكار، فالإعلام الجديد يتمتع بحرية قد تصل إلى الفوضى، ولا يخضع لرقابة من أحد، سوى من المستخدم نفسه، وما يتمتع به من حرية ومسئولية.

وتنبع أهمية الإعلام الجديد من مدى وقوة تأثيره على الواقع الاجتماعي والسياسي والأمني والثقافي، وأيضًا لحداثة المجال، فنتيجة لذلك اتجهت الأدبيات النظرية والدراسات؛ لتتناول هذا المجال الجديد، الذي فرض نفسه على الواقع، وأصبح منافسًا للوسائل الأخرى بجدارة، مما يستدعي تحول الأنظار إليه.

والإعلام الاجتماعي شأنه شأن مفاهيم العلوم الاجتماعية، لا يوجد له مفهوم شامل جامع، ولكن تتعد التعريفات والأطروحات التي تناولت المفهوم، وتعددت صور المفهوم، فالبعض يسميه بالإعلام الشبكي، والبعض يصفه بالإعلام الإلكتروني، وآخرون يقولون الإعلام الرقمي في حين يطلق عليها أحيانًا إعلام المجتمع، ورغم الجذور التاريخية للإعلام

الجديد كمضمون، إلا أن مصطلح الإعلام الجديد قد ظهر بشكل واضح مع الثورة التكنولوجية، وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي.

ومن أبرز التعريفات المطروحة تعريف "لوجان"، حيث يشير فيه إلى استخدام الوسائل الرقمية، والتي تتميز بالفاعلية وثنائية الاتجاه في مقابل الوسائل التقليدية، والتي تعتمد على الاتجاه الأحادي، مثل: التليفزيون والراديو، والتي لم تتطلب في عملها أية تقنية, والعديد من وسائل الإعلام الجديد نشأت عن طريق استخدام وسيلة قديمة، والتطوير فيها على سبيل المثال ظهر التليفزيون عام ١٩٤٨، وكان يعد إعلامًا جديدًا آنذاك، لكنه لم يعد يصلح الآن هكذا, ولكن بإدماج التليفزيون مع الكمبيوتر من خلال تسجيل الفيديو الرقمي (نظام TiVo) يصبح إعلامًا جديدًا.

وهناك بعض الأطروحات، التي عرضت قضية الإشكاليات المتعلقة بالإعلام الجديد، كمصطلح، حيث رأته أنه يقدم انقسامًا تعسفيًّا، بين كل من الإعلام القديم والإعلام الجديد، ورأت أن هناك تجاهلًا بأن الإعلام الجديد (إعلام الشبكة العنكبوتية والرقمية)، ليس وليد ليلة وضحاها، بل له جذور تاريخية تصل لعقود طويلة، ومن ثم الفصل التام بين الوسائط القديمة والجديدة ليس له دلالة منطقية.

سمات الإعلام الجديد

– إعلام عابر للحدود واللغات والثقافات.

– التكلفة القليلة: حيثُ ساهمت وسائل التطور الحديثة في تخفيض نفقات الإنتاج الإعلامي، واستبدالها بأجهزة كالهواتف المحمولة والتابلت.

– السهولة والتفاعلية: حيثُ أصبح لدى الفرد القدرة على التعبير بشكل سريع، ربما يصل الأمر إلى بضع دقائق أو ثوانٍ، وأصبحت هناك إمكانية لإجراء استطلاعات الرأي العام عبر الوسائل الحديثة.

– اللاتزامنية: حيثُ يمكن إرسال واستقبال الرسائل والمعلومات، دون التقيد أو الالتزام بوقت معين.

– تعدد مصادر المعلومات: فلم تعد المعلومة حكرًا على مصدر معين، بل أصبح للمعلومة الواحدة، أو الخبر الواحد يوجد في أكثر من مصدر في آنٍ واحد، وهذا خلق مزيدًا من الالتباس حول أصل المعلومة الحقيقي، أو المصدر الأولي.

– المشاركة الفعّالة للأفراد مقارنةً بالإعلام التقليدي، الذي كان يعتمد على تلقين الأخبار، ومن ثم يجعل الإعلام الجديد الفرد مساهمًا بدرجة كبيرة في صناعة الأخبار، وتشكيل الرأي العام.

ورغم الجدال القائم حول الإعلام الجديد، إلا أن الاختلاف ما زال واضحًا بين كل من الوسائط التقليدية كالصحف الورقية والتليفزيون والإذاعة، والوسائط الجديدة كالصحافة الإلكترونية، ومواقع الإنترنت،

ومواقع التواصل الاجتماعي، كفيسبوك وتويتر، والتي أصبحت أحد أهم وسائل نقل الأخبار اليوم، وذلك بعيدًا عن مدى مصداقيتها، أم لا، لكنها بلا أدنى شك أضحت أكثر الوسائل شهرة واستخدامًا، وإتاحة بين الأفراد في مختلف ثقافاتهم.

ونتيجة لذلك فقد اختلف الأمر، فبعد أن كان الفرد المستهلك متلقيًا للأخبار، التي يبثها التليفزيون على سبيل المثال؛ أي خارج دائرة صنع الخبر والرأي العام، انتقل إلى داخل الدائرة، وأصبح يتفاعل مع مركزها وأطرافها، ويشارك في رسم وصناعة الرأي العام عن طريق استخدام (الهاشتاج)، ومن حين آخر رغم سهولة هذه الوسائل، إلا أن قد يُساء استخدامها في توجيه الرأي العام في المجتمعات، لذلك يجب على الأفراد التحقق مما يتم نشره.

وبمقارنة أنماط كل من الإعلام التقليدي والجديد، نجد إن هناك ما يميز هذه الأنماط، وهناك أيضًا ما يعيبها, فالوسائل التقليدية المقروءة كالصحافة، واقترنت الصحافة باختراع الطباعة، والتي كان أثرها واضحًا، وكان ذلك الاتصال المطبوع إبان منتصف القرن الخامس عشر، وكان بداية ظهور الصحيفة في إنجلترا وأمريكا، وقد ساهمت الثورة الصناعية في تطوير الطباعة، حيث اختراع المطبعة البخارية، ثم الكهربائية، وبدأ انتشار الصحف بين العامة، وكان لها تداعيات جذرية في الظروف الإنسانية، حيث قدرتها على التعبير، ونقل الأخبار، واستلهاب مشاعر الجماهير.

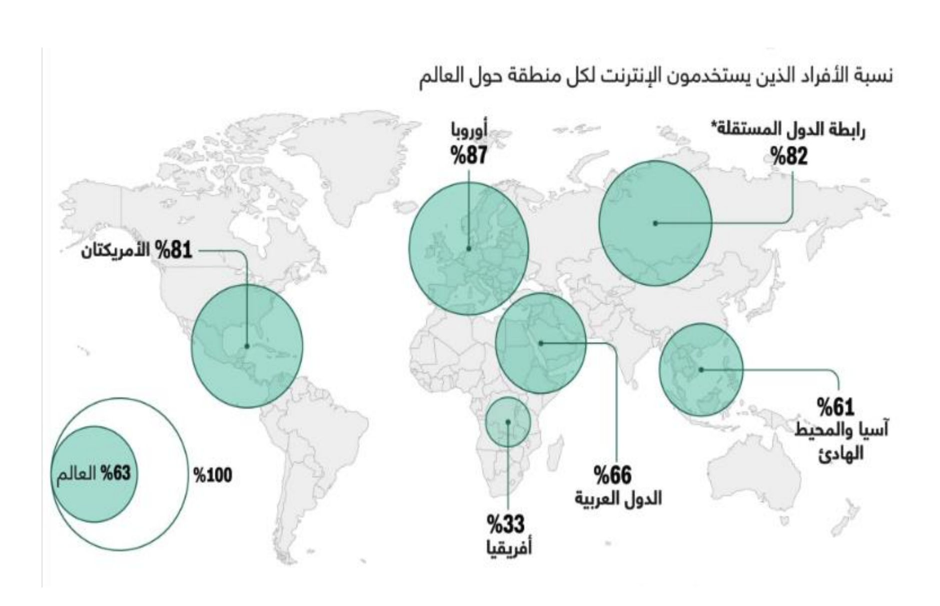
وعلى الرغم من ذلك يدور جدل كبير حول تعريف "الإعلام الجديد"؛ بدءًا من سؤال ما إذا كان ما يسمى اليوم "الإعلام الجديد" هو جديد فعلًا؟ ومن ثم، كيف، وإلى أي مدى؟ وليس انتهاء عند حدود وأبعاد هذه الظاهرة. ويتمثل مبرر هذا الجدل في حقيقة أن أدوات الإعلام الجديد الشائعة اليوم تبدو جديدة فعلًا، مقارنة بالصحافة الورقية – والراديو إلى حد ما – التي تعد محل إجماع على أنها "إعلام تقليدي" أو قديم، وذلك بخلاف التلفزيون الذي يعد جديدًا نسبيًّا، لاسيما في صيغته الأحدث المتمثلة في المحطات الفضائية. كذلك، فإن "الإعلام الجديد" يتسم بكونه "هجينًا، أو هو التقاء أو تداخل عمليات ومهارات وتقنيات إعلامية منفصلة عن بعضها، وُجدت سابقًا". ومن ثم، يشير مفهوم "الإعلام الجديد" المتداول حاليًا، وبشكل عام، إلى "مجموعة واسعة من التغييرات التي تطال إنتاج المادة الإعلامية ونشرها واستخدامها، وهي تغييرات تكنولوجية، وثقافية".

من المؤكد لا يوجد تعريف جامع للإعلام الجديد، لأنه متغير، ولكن المؤكد أنه أصبح له أثر بالغ الخطورة على المجتمعات في الآونة الأخيرة، وأصبحت جماهيره تزداد يومًا بعد يوم، وهذا ما يطرح العديد من الإشكاليات كالهوية، والأمن القومي والمعلوماتي، والوعي والثقافة لدى الأفراد، مما يستوجب بذل المزيد من الجهد لتشكيل وعي أكثر؛ لصد المخاطر الناتجة عن الإغراق المعلوماتي الناتج عن وسائل التواصل الاجتماعي.

وكانت أنماط التغير من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد بارزة, ولا نستطيع الوصول إلى إجابات قاطعة بخصوص تلك الإشكاليات، وكيفية المواجهة لها، ولكن الذي بالإمكان هو التعامل بذكاء مع هذه الوسائل، ولا نقع فريسة لها، ومحاولة بقدر الإمكان عدم نشر المعلومات بشكل عشوائي.

وبالنسبة للإعلام الجديد فمواقع التواصل الاجتماعي، هي حجر الزاوية فيه، ومن أهم أنواع هذه المواقع الفيسبوك وتوتير؛ فقد تأسس الأول عام ٢٠٠٤ إلى أن وصل مستخدمية لأعداد كبيرة في وقتنا الحاضر، في حين أن الثاني يعد أحد الأساليب، التي لعبت دورًا كبيرًا في الأحداث السياسية في منطقة الشرق الأوسط، ولقد ظهر أوائل عام ٢٠٠٦ جنبًا إلى الهواتف الذكية وتطبيقاتها العديدة، وبذلك نجد تحول الوسائل إلى شكل آخر، وأصبحت الوسائل الحديثة، كالهواتف المحمولة والمدونات وتويتر وفيسبوك ويوتيوب وإنستجرام، تلعب دورًا محوريًّا في حلقات الحياة اليومية والسياسية.

وقد بلغ عدد مستخدمي الإنترنت ٤,٣٩ مليار مستخدم في يناير ٢٠١٩؛ أي بزيادة قدرها ٣٦٦ مليون فرد (٩%) في يناير ٢٠١٨, وفي السياق نفسه بلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ٣,٤٨ مليار مستخدم، في عام ٢٠١٩، مع إجمالي عدد مستخدمين ما يقرب من ٢٨٨ مليون؛ أي بمقدار ٩%، ويستخدم ٣,٢٦ مليار نسمة مواقع التواصل الاجتماعي على الأجهزة المحمولة.



موقع https://cutt.us/9EX0K

كشفت تقارير بيانية إحصائية عن نمو عالمي قوي في مستخدمي الإنترنت، حيث ارتفع العدد التقديري للأشخاص الذين استخدموا الإنترنت إلى ٤,٩ مليار شخص في عام ٢٠٢١، حسب تقرير صادر من الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) ووكالة الأمم المتحدة المتخصصة لتقنيات المعلومات والاتصالات (ICT). وأشارت البيانات إلى أن حوالي ٢,٩ مليار شخص ما زالوا لم يستخدموا الإنترنت قط، ويعيش ٩٦٪ منهم في البلدان النامية.

أولئك الذين لا يزالون غير متصلين، يواجهون حواجز متعددة، بما في ذلك نقص الاتصال. فحوالي ٣٩٠ مليون شخص لا تغطيهم حتى إشارة النطاق العريض للأجهزة المحمولة.

وقال السيد هولين جاو، أمين عام الاتحاد الدولي للاتصالات: "في حين أن ما يقرب من ثلثي سكان العالم موصولون الآن بالإنترنت، فإن هناك الكثير مما يجب القيام به لتوصيل الجميع بالإنترنت".

وأضاف: "سيعمل الاتحاد مع جميع الأطراف للتأكد من أن اللبنات الأساسية في مكانها لتوصيل العدد المتبقي البالغ ٢,٩ مليار نسمة". (https://cutt.us/9EX0K)

وتظهر بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات أن الإقبال على الإنترنت قد تسارع أثناء جائحة كورونا. في عام ٢٠١٩، كان ٤,١ مليار شخص (أو ٥٤% من سكان العالم) يستخدمون الإنترنت. ومنذ ذلك الحين، ارتفع عدد المستخدمين بمقدار ما يقرب من ٨٠٠ مليون ليصل إلى ٤,٩ مليار شخص في عام ٢٠٢١، أو ٦٣% من السكان.

والارتفاع الحاد، غير المعتاد، في عدد الأشخاص المستخدمين للإنترنت لعام ٢٠٢١ يرجع جزئيًّا إلى جائحة كورونا. إثر التدابير المتخذة أثناء الجائحة، مثل الإغلاق الواسع النطاق، وإغلاق المدارس، وأيضًا حاجة الناس للوصول إلى الأخبار، والخدمات الحكومية، وآخر المستجدات الصحية، والتجارة الإلكترونية، والخدمات المصرفية عبر الإنترنت. كل هذه العوامل ساهمت في حدوث طفرة في تعزيز الاتصال من جراء جائحة فيروس كورونا، وجلب ما يقدر بنحو ٧٨٢ مليون شخص إضافي عبر الإنترنت منذ عام ٢٠١٩، أي زيادة قدرها ١٧٪. فأصبح استخدام الإنترنت ضرورة حيوية للعمل والتعلم، والوصول إلى الخدمات الأساسية، والبقاء على اتصال.

وقد ارتفعت نسب استخدام الإنترنت في إفريقيا ومنطقة آسيا والمحيط الهادئ بين عامي ٢٠١٩ و٢٠٢١، بنسبة ٢٣% و٢٤% على التوالي. وخلال نفس الفترة، زاد عدد مستخدمي الإنترنت في أقل البلدان نموًّا بنسبة ٢٠%، وهو يمثل الآن ٢٧% من السكان. كان النمو بالضرورة أضعف بكثير في الاقتصادات المتقدمة، بالنظر إلى أن استخدام الإنترنت يكاد يكون عالميًّا بالفعل، بأكثر من ٩٠% (https://cutt.us/9EX0K)

مزايا الإعلام الجديد

وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام الجديد تكاد تتشابه في عدد من السمات مع الوسائل التقليدية إلا أن هناك ميزات لوسائل الإعلام الجديدة، ويؤدي إلى تأثيرات معينة على الاتصال، ومن أبرز هذه المزايا: السهولة في الإستخدام، السرعة الفائقة في نقل الأحداث مقارنةً بالأدوات التقليدية الأخرى، التفاعلية، غير جماهيرية، التنوع، التقابل، قوة الفاعلية والتأثير، قابلية التحريك أو الحركية، تجاوز الحدود الثقافية، تجاوز وحدتي المكان والزمان، الاستغراق في عملية الاتصال، القدرة على مساهمة الأفراد ومشاركتهم.

ولكن كل هذه المزايا يعيبها بعض العناصر كالإغراق المعلوماتي الضخم، الذي أصبح يهدد أمن الدول، إضافةً لذلك وهو عدم التيقن من صحة هذه المعلومات الكثيرة، وذلك مقارنةً بالصحافة.

وهنا ما زال السؤال يطرح نفسه، وهو هل مواقع التواصل الاجتماعي مستقبل الإعلام، أم أنها وسيلة مؤقتة ومرحلة انتقالية لوسائل أخرى؟

وترى بعض الدراسات أن هذه الوسائل مرحلة انتقالية لغيرها من الوسائل، وأنه ربما تندثر في العقود القادمة لتتيح فرصة لظهور أخرى، و برهان على ذلك هو موقع My Space، والذي اكتسب شهرة كبيرة على مستوى العالم، ولكنه تراجع بشكل كبير، لنرى اليوم مواقع التواصل الاجتماعي، كفيسبوك وتويتر وإنستجرام وغيرها من الوسائل الأخرى, فالأمر نفسه على تلك الوسائل الحالية، وتتميز وسائل مواقع التواصل الاجتماعي بعدة مميزات كالآتي:

١– الفاعلية: وقد نشأت هذه الوسائل أصلًا كنتيجة للاتصال السريع والمباشر بالجماهير، وهو ما تفتقده الأساليب الأخرى.

٢– عائدها الاجتماعي والاستثماري كبير.

٣– دعم اللغات العالمية مما يساعد في زيادة انتشارها بين الثقافات، وبالأخص دعم اللغة العربية.

ويمثل الإعلام الجديد فرصة للمجتمعات والثقافات أن تقدم نفسها للعالم، فالإنترنت فتح المجال أمام الجميع بدون استثناء، وبدون قيود لوضع ما يريدون على شبكة الإنترنت؛ ليكون متاحًا للعالم رؤيته، وهذا يتطلب استعدادًا حقيقيًّا للاستثمار في هذه الوسيلة، والأهم من ذلك استثمارها بشكل إيجابي، ناجح، ومؤثر، وفعال.

وهناك حالتان تميزان الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي (القديم)، وهما مرتبطتان بالكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد، والكيفية التي

يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت مع بعضها البعض، فضلًا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس التي تميزه، وهي أهم سماته.

وقد ناقش الباحثون نقاط المقاربة بين الإعلام الجديد والإعلام القديم من عدة جوانب رئيسية هي:

أ- سرعة الوصول:

الإعلام الجديد يتفوق من حيث سرعة إرسال واستقبال الرسائل الإعلامية بطرق متعددة منها: مواقع الأخبار، والصحافة الالكترونية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومواقع المحادثات والدردشة،كما أن أدوات الإعلام الجديد توفر خاصية الأرشفة لاسترجاع المضامين من فترة زمنية سابقة. فقد أتاحت وسائل الحديثة فرصًا كغزارة مصدر المعلومات، وفي سرعة نقلها أو استخدامها، مما انعكس على أساليب جمع المعلومات وإنتاجها وتوزيعها.

والإعلام الجديد أكثر انفتاحًا وأقل احتكارًا، فالوصول للمستقبل أسهل وأسرع من التقليدي، كما أن حركة المعلومات تحدث في كل الاتجاهات سواء عند إرسالها أو استقبالها، كما أن الحكومات لا تستطيع أن تتحكم تمامًا في الإنترنت، ولا تضع لها التشريعات مثل الإعلام التقليدي.

ب- تشكيل شبكات من ثقافات وهويات مختلفة:

نظرًا لأن مستخدمي الإعلام الجديد مختلفو الهويات والثقافات، فإنه يساهم في ظهور علاقات اجتماعية متنوعة، وتشكيل شبكات من الأفراد ذوي الأهداف والاهتمامات المشتركة، وهو الأمر الذي لم يكن متاحًا فيما سبق، فكان الإعلام التقليدي يخاطب الحاجة إلى التلاحم وتعزيز الهوية من خلال منظور الدولة الواحدة التي يحدها نطاق جغرافي محدد، أما في عصر الإعلام الجديد فالهوية والاهتمام الثقافي يتجاوز حدود الدولة الواحدة بسهولة.

ج- القدرة على إحداث التغيرات الاجتماعية:

من خلال النظرة التقليدية فإن حملات التنمية والتغير الاجتماعي تحتاج إلى تخطيط مركزي ومجهودات جماعية مركزية.. بالإضافة إلى ميزانيات ضخمة، وهذه الخصائص لا نجدها في الإعلام الجديد والذي يغلب عليه اللامركزية، ويعتمد على المجهودات الفردية أو الجماعية المصغرة، ولكن أدوات ومضامين الإعلام الجديد قد تتفوق في هذا المجال؛ نظرًا لتنوعها وجاذبيتها وتميزها بالتفاعلية، كما أن الجمهور يتفاعل معها بطريقة اختيارية أو تطوعية.

د- تخطي قيود المكان:

نجح الإعلام التقليدي في تخطي حاجز المكان، فالتلفزيون يصل إلى أي منطقة في العالم بالبث الحي عبر الأقمار الصناعية، ولكن انتشار وسائط الإعلام الجديد ضاعف من هذه القدرة، وخفف من أعباء الإرسال

التقليدي الذي يتطلب تجهيزات ضخمة،كما أن الإعلام الجديد تحرر من قيود المكان التي تفرض على الإعلام التقليدي التواجد في مراكز بث محددة، ومراكز استقبال محددة.

هـ - مصداقية المادة الإعلامية:

تدفق المادة الإعلامية عبر أجهزة إلكترونية ومباشرة يثير قضية المصدر الأولي والحقيقي لهذه المادة، ومدى مصداقيته، ومدى التحوير والتعديل والتشويه والقص والنسخ الذي يحدث للمادة الإعلامية، كما أن سهولة الوصول لمصادر المعلومات أبعدت الإعلامي عن الميدان، فصار المراسل يكتفي بما ينقله غيره من مصادر، قد لا تكون محل ثقة أصلًا.

ولا شك أن تنوع وزيادة المصادر المتاحة يساعد على توفير مناخ إبداعي وإنتاجي لرسالة أكثر موضوعية، مما يتيح مساحة أكبر أمام وجهات النظر، ففي الوسائل التقليدية القائمون على إعداد الرسالة الإعلامية لم يعودوا يلتقون إلا نادرًا، فغاب تلاقح الأفكار بين الصحفيين ورئيس التحرير ومسؤول البرنامج، وصارت فئة قليلة مسيرة، وبيدها الصلاحيات.

ويرى الخبير الإعلامي "ليستر" أن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية، فإن ذلك سيمنحه منطقًا أقوى؛ لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام، وعلاقة أكثر استقلالًا مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي، وخيار أكبر للمستخدم.

والإعلام الآن، يعيش في عصر التقارب، وهو مصطلح يعني استخدام نقاط القوة لوسائل الإعلام المختلفة، للوصول إلى جمهور أوسع،

وعرض الأخبار بطرق جديدة، فهو تنسيق بين وسائل الإعلام المختلفة من مطبوعات، وإعلام مرئي، ومسموع، وإلكتروني، وهو عصر إعلامي تكاملي، يحفز على التجديد، ولا يعنى إلغاء وسيلة إعلامية للأخرى، فالإعلام الجديد لن ينهي الإعلام التقليدي، ولابد من التكامل والتفاعل بينهما، فانتشار الصحافة الرقمية لن يؤدي إلى اختفاء الصحافة الورقية.

الفصل الرابع

كيف ننظر لإشكاليات الإعلام الجديد؟

مع ظهور الإنترنت وانتشارها، شاع مصطلح "الفجوة الرقمية" الذي يشير إلى الفجوة بين من يملك، ومن لا يملك الوصول إلى الإنترنت، وأدى انتشار وسائل الاتصالات الحديثة (والمتنقلة) إلى تقليص تلك الفجوة عالميًّا ووطنيًّا، إلا أنه تبقى رغم ذلك، ما يمكن تسميته "فجوة المشاركة"، ذلك أن القدرة على الوصول إلى الإنترنت لا تسمح بالافتراض تلقائيًّا أن جميع الأفراد قادرون على استخدامها بشكل متساو، وممارسة ذات القدر من التأثير في السياسات عمومًا، في العالم غير الافتراضي تحديدًا.

ورغم الحماسة المبكرة للدور السياسي الإيجابي (المفترض) لوسائل الإعلام الجديد عمومًا، تظل القاعدة العامة الحاكمة هنا هي أن "الإعلام الجديد، أسوة بالإعلام التقليدي، ليس ملازمًا بشكل تلقائي للدكتاتورية أو الديمقراطية، بل يمكن لأي كان استخدامه "وتوظيفه بما يخدم أهدافه".

ومن ثم فإن دور وسائل الإعلام الجديد على صعيد التغيير السياسي أو الاجتماعي، إنما يخضع لمجموعة من الشروط والمحددات التي لابد من أخذها بعين الاعتبار.. منها:

أولًا- الإغراق المعرفي:

ثمة أمثلة عديدة على تشكيل وسائل الإعلام الجديد، على اختلاف

أنواعها، مصادر معلومات غير خاضعة للرقابة الحكومية على النحو المعروف في حالة الإعلام التقليدي. رغم من ذلك، تثير وسائل الإعلام الجديد باعتبارها مصادر "متحررة" للمعلومات، مجموعة من الإشكاليات والمحاذير، التي قد تجعل من دور هذا الإعلام سلبيًّا وخطيرًا إلى أبعد الحدود..

وتتمثل مشكلة الإغراق "المعرفي" في القدرة على (أو الرغبة في) تحري دقة المعلومة المتاحة على مصادر إلكترونية مختلفة، لاسيما في حال كونها مصادر غير متخصصة، أو ليست ذات تاريخ إعلامي أو معرفي سابق؛ كالصحف المرموقة، ومراكز الدراسات الموثوقة. ومن ثم فإن الأخبار السيئة تنتشر سريعًا!

ثانيًا- العمل الجماعي وتعزيز رأس المال الإيجابي:

رأس المال يقف عقبة في وجه "افتراض" علاقة إيجابية بين وسائل الإعلام الجديد، وبين المشاركة السياسية الفاعلة في العالم غير الافتراضي، ومن ثم إحداث تغيير سياسي، تبدو متمثلة فيما يسمى "معضلة العمل الجماعي". وفي مواجهة هذه المعضلة، يقدم كثير من علماء السياسة والاجتماع مفهوم "رأس المال الاجتماعي"، باعتباره "العملية" التي يمكن من خلالها تفسير العمل الجماعي في كثير من المجتمعات.

وبشكل عام، فإن رأس المال الاجتماعي يعني "النية الحسنة أو الثقة التي تتوفر للأفراد والجماعات، والتي تتولد عن بنية ومضمون علاقاتهم الاجتماعية. وتتأتى تأثيرات هذه النية الحسنة من المعلومات والنفوذ والتضامن، التي توفرها لهؤلاء الأفراد والجماعات".

لكن، هل تؤدي وسائل الإعلام الجديد فعلًا إلى تعزيز "الثقة" أو رأس المال الاجتماعي في المجتمع؟ وإذا كان ذلك صحيحًا، ففي أي اتجاه؛ سلبي أم إيجابي؟

وبغض النظر عن الجدل الدائر بهذا الشأن، يظل صحيحًا أن افتراض وجود علاقة إيجابية، بشكل عام، بين وسائل الإعلام الجديد ورأس المال الاجتماعي، إنما يخضع لمجموعة من المحددات التي تظهر على مستويين: عمودي، أي بين الدول والمجتمعات المختلفة؛ وأفقي، داخل كل واحدة من الدول والمجتمعات.

وبعبارة أخرى: لماذا يثق مستخدمو وسائل الإعلام الجديد ببعضهم، وضمنها مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصًا في حال عدم وجود علاقة سابقة على التفاعل عبر تلك المواقع وقد لا يعرفون بعضهم شخصيًّا أبدًا، وهم الذين "فشلوا" في إيجاد هذه الثقة والتعبير عنها بعمل جماعي على الأرض عندما كان التواصل شخصيًّا ووجهًا لوجه؟ وتبرز جدية هذا السؤال عندما يكون العمل الجماعي منطويًا على مخاطر شديدة، كما في التظاهرات والثورات المطالبة بإسقاط أنظمة سياسية، طالما لجأت إلى العنف بأشكاله كافة، لإسكات أي أصوات منتقدة أو معارضة.

وتبدو السمة الأهم للدراسات التي تؤكد وجود دور إيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تعزيز رأس المال الإيجابي، هي في كونها دراسات تتعلق بالمجتمعات الديمقراطية التي تتمتع أصلًا بمستوى من حرية التعبير، وحرية التجمع؛ أو كمتطلب سابق لذلك، برصيد كبير من رأس المال الاجتماعي.

ومع منطقية نتائج هذه الدراسات من ناحية نظرية، يبدو المنطقي نظريًّا أيضًا افتراض النقيض فيما يتعلق بالمجتمعات التي تعاني من غياب الحريات، ومؤسسات المجتمع المدني.

ثالثًا- الفلترة القسرية:

منذ الرابع من ديسمبر ٢٠٠٩، شرع محرك البحث الأكثر شيوعًا في العالم، "جوجل"، باستخدام "٥٧ إشارة – تتراوح بين مكان دخولك إلى الإنترنت، والمتصفح الذي تستخدمه، إلى ما قمت بالبحث عنه سابقًا – لتخمين (المحرك) من تكون، وما هي نوعية المواقع التي تفضلها"، وهو ما يعني، بعبارة أخرى، الحصول على نتائج مختلفة ومتباينة، نوعًا وكمًّا، باختلاف الأشخاص الباحثين عن ذات المعلومة، حتى وإن كانوا يقومون بالبحث في الوقت ذاته، ويتواجدون في الموقع الجغرافي نفسه؛ طالما أنهم يستخدمون أجهزة كمبيوتر مختلفة.

وسواء كانت "الفلترة" قسرية، كما في حالة "جوجل"، أو طوعية يقررها المستخدم بملء رغبته وحده، باستخدام برمجيات متاحة على مواقع إلكترونية عدة، فإن الشخص يغدو بالرغم من الكم الهائل من المعلومات المتاحة على الإنترنت، أقرب إلى العيش في "قوقعة كبرى"! ولربما يكون كبرها، المعبر عنه بالمعلومات المتاحة، ومصادرها المتنوعة، هو ما يؤدي إلى عدم إدراك أنها قوقعة.

ولعل "إيلي باريزر" هو أفضل من عبر عن التأثير السلبي لهذه القوقعة (الكبرى) على النظام الاجتماعي بمفهومه الشامل، بتأكيده عن

حق أن "ما هو جيد للمستهلكين (المستخدمين) ليس جيدًا بالضرورة للمواطنين".

كما يظهر ذلك من ناحيتين رئيستين مترابطتين إلى حد ما؛ تؤديان إلى تآكل رأس المال الاجتماعي عمومًا، أو تعزيزه بشكل سلبي يعزز الاستقطاب المجتمعي على نحو حاد، وخطير في بعض الحالات. (منار الرشواني – (https://2u.pw/HHM68I

رابعا- الاستقطاب المجتمعي وغياب التجربة:

توفر وسائل الإعلام الجديد، ما يمكن أن نطلق عليه "المجال العام"، الذي يتيح للشخص، (أو يجبره) على الالتقاء بأفراد مختلفين، والتعرض لقضايا وظواهر متنوعة، بشكل غير مقصود، وبما يجعله أكثر إدراكًا، ولربما تفهمًا واهتمامًا بأقرانه وقضاياهم، وحتى مشاكلهم في المجتمع الذي يجمعهم، فالتعرض للمواقف والأفكار المنسجمة أصلًا مع أفكار المستخدم بدون أية أفكار مناقضة أو مخالفة، لا يؤدي إلى تعزيز مواقف الشخص السابقة فحسب، بل ولربما تذهب هذه المواقف، كما تؤكد الدراسات، باتجاهات أكثر تطرفًا.

يبدو صحيحًا القول بعدم وجود علاقة تلقائية، أو روابط حتمية بين وسائل الإعلام الجديد، وضمنها مواقع التواصل الاجتماعي، وبين المشاركة السياسية والتغيير السياسي بمضمونهما الإيجابي؛ السلمي والبنّاء. إذ إن هذه الوسائل تنطوي على احتمالية استخدامها بشكل إيجابي أو سلبي على حد سواء.

وفي مقابل عدم اليقين هذا، يبقى المؤكد هو التأثيرات العميقة؛ السياسية والاجتماعية وسواها التي ينطوي عليها استخدام وسائل الإعلام الجديد. وهو ما يجعل من دراستها، وصولًا إلى توظيفها إيجابيًّا، أمرًا حتميًّا، وهو ما يبدو خصوصًا في حالة العالم العربي، حيث تزايد اللجوء إلى "الإعلام الجديد" بشكل كبير جدًّا، لتكون منابر للتعبير عن الرأي، أو استقاء الأخبار والمعلومات.

وبغض النظر عن صحة الانطباع الذي ساد بشأن دور وسائل الإعلام الجديد الأساسي أو الفاعل في إطلاق "الربيع العربي" تحديدًا، يُظهر تقرير "الإعلام الاجتماعي العربي" الصادر عن كلية دبي للإدارة الحكومية، أنه تضاعف عدد مستخدمي موقع "فيسبوك"، مثلًا، بمقدار ثلاث مرات خلال الفترة الممتدة بين (يونيو) ٢٠١٠، و(يونيو) ٢٠١٢؛ حيث ارتفع عددهم من ١٦ مليونًا إلى ٤٥ مليون مستخدم خلال تلك الفترة، وصولًا إلى ما يزيد عن ٥٤,٥ مليون في نهاية أيار (مايو) ٢٠١٣. ولعل المؤشر الأهم هنا هو نسبة المستخدمين من الشباب، إذ تشكل الفئة العمرية التي تقل عن ٣٠ سنة حوالي ٦٨% من مجموع مستخدمي "فيسبوك".

إشكاليات اجتماعية ومعرفية

منذ ظهور وسائل الإعلام، أو أدوات الاتصال الجماهيري التقليدي (الصحافة والإذاعة والتلفزيون)، وهي تقوم بأدوار عامة ساهمت بدرجات متفاوتة في دعم الأوضاع السياسية للدول. وفي المجتمعات الغربية تعد وسائل الإعلام التقليدية ضرورة لا غنى عنها في دعم المسيرة الديموقراطية

لتلك الدول، فهي تنشر الأخبار والمعلومات عن الأحداث السياسية والقضايا العامة التي تهم الجمهور، وهي كذلك تطلع قادة الحكومات وأعضاء الأحزاب السياسية على وجهات نظر الجمهور، واتجاهات الرأي العام.

ومع انتشار الإعلام الجديد في السنوات الأخيرة أصبح استخدامه في عدة مجالات من بين الخيارات المطروحة خاصة، وأنه يتيح خصائص جديدة مثل السرعة والوصول إلى أعداد كبيرة من الناس إضافة إلى ميزة التفاعلية، ويمكن أن يكون الاتصال تفاعليًّا من جهتين، ويمكن أن يكون أحاديًّا أيضًا، وذلك بحسب الغرض المطلوب. أيضًا يمكن أن يكون الاتصال أفقيًّا بين أطراف متساوية، أو عموديًّا بين المركز والأطراف.

وتحمل وسائل الإعلام الجديد في ثناياها العديد من الإشكاليات، والتي إن كانت موجودة من قبل لكن هذه الوسائل، حفزت من ظهورها بشكل واضح، وزادت من اختناقاتها وتأزمها، وتتعدد هذه الإشكاليات (http://www.acrseg.org/41551) ونذكر منها:

١- إشكالية الهُوية:

تنتسب كلمة «هوية» منسوبة إلى الضمير «هُوَ»، ومصطلح" الهوية" يستخدم لوصف مفهوم الشخص، وتعبيره عن فرديته، وعلاقته مع الجماعات (كالهوية الدينية أو الوطنية أو العرقية...)، ويستخدم المصطلح خصوصًا في علم الاجتماع وعلم النفس، وتلتفت إليه الأنظار بشكل كبير في علم النفس الاجتماعي.

والهوية هي مجمل السمات التي تميز شيئًا عن غيره، أو شخصًا عن غيره، أو مجموعة عن غيرها. كل منها يحمل عدة عناصر في هويته. وعناصر الهوية هي شيء متحرك ديناميكي، يمكن أن يبرز أحدها، أو بعضها في مرحلة معينة، وبعضها الآخر في مرحلة أخرى.

الهوية الشخصية تعرف شخصًا بشكله واسمه وصفاته وجنسيته وعمره وتاريخ ميلاده. الهوية الجمعية (وطنية أو قومية) تدل على ميزات مشتركة أساسية لمجموعة من البشر، تميزهم عن مجموعات أخرى. أفراد المجموعة يتشابهون بالميزات الأساسية التي كونتهم كمجموعة، وربما يختلفون في عناصر أخرى لكنها لا تؤثر على كونهم مجموعة.. فما يجمع الشعب الهندي مثلًا هو وجودهم في وطن واحد، ولهم تاريخ طويل مشترك، وفي العصر الحديث لهم أيضا دولة واحدة، ومواطنة واحدة، كل هذا يجعل منهم شعبًا هنديًّا متمايزًا رغم أنهم يختلفون فيما بينهم، في الأديان، واللغات، وأمور أخرى. (https://cutt.us/96BoC)

وكانت الهوية في الأصل قضيةً فلسفيةً ومنطقيةً غرسها العالم فرويد في علم النفس، وطوّرها العالم إريكسون الذي بيّن أنّ الهوية ليست فرديةً فحسب، بل هي قضية جماعية واجتماعية، تشمل الاختلافات والشعور بالانتماء بين الأشخاص والمجموعات.

تُعرّف الهوية بأنّها مزيج من الخصائص الاجتماعية والثقافية التي يتقاسمها الأفراد، ويُمكن على أساسها التمييز بين مجموعة وأخرى، كما تُعرّف على أنّها مجموعة الانتماءات التي ينتمي إليها الفرد وتُحدّد سلوكه،

أو كيفية إدراكه لنفسه، والعناصر التي يمكنها بلورة هوية جمعية هي كثيرة، أهمها اشتراك الشعب أو المجموعة في: الأرض، اللغة، التاريخ، الحضارة، الثقافة، الطموح، وغيرها.

وقد عرفها "الفارابي" بأنها: "الشّيء وعينيته وتشخصه وخصوصيته ووجوده المنفرد له، كل واحد، وقولنا: إنه هو إشارة إلى هويته، وخصوصيته ووجوده المنفرد له، الذي لا يقع فيه إشراك"، والفارابي يجعل من الهوية، هي من تدل على الشيء ذاته، فالشيء يحتوي على: ووجوده– خصوصيته – وتشخصه – ظهوره العياني– صورته الذهنية أو ماهية في داخل وعي النّاظر إليه.

إنَّ مفهوم الهوية عند (الفارابي)، تدل على الشّيء ذاته، دون إضافات أو حذف، أو انتقاص من ذلك الشّيء، استنادًا للهوية التّي تحدده وتشخصه، وتظهره وتفرده أمام أعين الّناظرين.

والهويات الوطنية أو القومية تطور بشكل طبيعي عبر التاريخ، وعدد منها نشأ بسبب أحداث أو صراعات، أو تغيرات تاريخية سرعت في تبلور المجموعة. قسم من الهويات تبلور على أساس النقيض لهوية أخرى.

وتتأثر الهوية بعدّة خصائص خارجة عن سيطرة الأفراد؛ كالعرق، والطبقة الاجتماعية والاقتصادية، والآراء السياسية، والمواقف الأخلاقية، والمعتقدات الدينية.

والهوية تزيد معرفة الشخص لكينونته وفهمه لذاته، ولا تُعدّ هوية الفرد ثابتةً حيث تتغيّر وتتطوّر مع الزمن، فهي "وحدة الشّخص (أو

الجماعة)، وما يجعله هو نفسه، أو هو هو؛ أي ما يجعله مطابقًا لذاته، وما يمنحه استمرارية في الزّمن، فهي ما يخص الشخص، أو الجماعة، وما يميزها أيضًا (...).

وللهُوية مستويان الأول شخصي، والآخر جماعي، ويخلق الأول التنوع بين الأفراد داخل المجتمع الواحد، أما الآخر فيخلق التنوع بين الجماعات والمجتمعات المتعددة.

وأثبتت دراسات علم الاجتماع أنّ لكلّ مجتمع أو أمّه عددًا من السمات الاجتماعيّة، تعبّر عن كيانٍ ينصهر فيه أفرادٌ منسجمون ومتشابهون بتأثيرٍ من هذه السمات التي تجمع ما بينهم. ومن منطلق الشعور القومي فإن كلّ فردٍ يستمد إحساسه بالانتماء، ويشعر بأنه يشترك مع مجموعةٍ كبيرة من الأفراد في عددٍ من المعطيات والأهداف والمكوّنات، إضافةً لانتمائه إلى ثقافةٍ مركبة من جملةٍ من الرموز والمعايير والصور.

وفي حالة انعدام هذا الشعور بالانتماء من قبل الفرد نتيجة عددٍ من العوامل سواء كانت داخليّة أم خارجيّة، فإنه ينشأ في أعماقه ما يطلق عليه اسم (أزمة الهويّة)، والتي ينتج عنها أزمة وعي، تؤدي إلى ضياع تلك الهويّة بشكلٍ نهائي، معلنةً نهاية وجوده.

وأجمع الباحثون على فكرة عدم وجود شعب دون هويّة، لكنهم اختلفوا في الشكل المحدّد لتلك الهويّة، ومن هذا المنطلق انتقد بعضهم ما يطلق عليه الشكل الميتافيزيقي المحدّد لهوية الشعوب والأمم، ويعمل على تقديم شخصيتها ضمن إطار نماذج مثاليّة أو تصوراتٍ ذهنية دون النظر

إليها كمجموعاتٍ حيّة، تتميّز بالعديد من الاحتمالات الكاشفة عن ذاتها بعد عمليّة تحققها، وقام هؤلاء بطرح مقاربةٍ اجتماعية تظهر الهويّة على أنها تتغذى بالتاريخ، لتشكل بعدها استجابةً مرنة متحولة مع تحوّل الأوضاع التاريخيّة والاجتماعيّة..

ومن هنا يرون بأنّ الهويّة نسبيّة متغيرة مع حركة التاريخ والانعطافات التي يتعرّض لها.

جدليّة ثبوت الهويّة أو تغيرها

طرحت مسألة ثبات الهويّة أو تغيّرها على محك النقاش والمساءلة، وقد أثبتت الجدالات العلميّة أنّ هويّة أية أمةٍ أو مجتمع ليست أمرًا سرمديًّا أو ثابتًا – وفق رؤية المفكّر المغربي محمّد عابد الجابري – بل هي مرتبطة بكافة المؤثّرات الخارجيّة، إضافةً للتداول العلمي للثقافات والأفكار، ولارتباطها بالصراع على السلطة، وهذه الصراعات تؤثّر عليها بشكلٍ مباشر أو غير مباشر لعبة التوازنات والمؤثّرات الخارجيّة المحيطة. (https://cutt.us/YkIzJ)

ويميز وليام جيمس (١٨٤٢ – ١٩١٠ م)، بين ثلاثة مقومات للهوية البعد الفيْزيقي (الجسد)، البعد الفكري (الكوجيطو)، والبعد الاجتماعي (الوضع) ".. وهذهِ الأبعاد الثّلاثة، هي من تعطي الهوية محدداتها؛ كونها متطابقة مع ذات الشّيء، وأن التّغييرات التّي تحدث في هذهِ المقومات الثلاثة، ناتجة عن تغيرات في ذات الشيء، في واحدةٍ من هذه الأبعاد الثلاثة، أو في جميعها، في كل متكامل يعطي للشيء صورته

المتطابقة، مع ذاته سواء أكان هذا التّغيير يحدث في الهويةِ لشخصٍ واحد، أم لجماعةٍ، مما ينتج فهمًا متطابقًا بين الشّيء والهوية، إذ "يقوم الفهم عمومًا على إرجاع (مطابقة)، معرفة جديدة إلى ما نعرفه من قبل، ومن هنا تُعدّ الهوية شْكلَ كلِ فَهمْ " (https://cutt.us/8zd3h)

لابد أن تتميز أي هوية (فردية / جماعية) عن الأخرى بمكوناتٍ معينة، من الممكن أن تبين أنها متغايرة مع الهويات الأخرى؛ وهذهِ المكونات هي عامة؛ ولكن التمييز يكون في الملامح، التّي تبين نوعية هذهِ الهوية عن الهويات الأخرى المتداخلة، والمتفاعلة معها، وليست الذّائبة فيها، ومن أبرز هذهِ المكونات هي:

١. العناصر المادية، والفيزيائية: تشمل كل الأمور المادية والاقتصادية والعقلية، التّي تنعكس بوساطة الأجسام في إبراز أهم الملامح، والمكونات المادية في الهوية.

٢. العناصر التّاريخية، أو الأصول التّاريخية، تشير مثلًا: إلى الأصول التاريخية، التّي تنعكس في الشكل والاشتغال في مجالات معينة، تدل على المرجعيات التاريخية، مثل الإسلاف والولادة والقرابة والطّقوس والممارسات، وترجع بأصولها إلى مدد تاريخية معينة، وما زالت مستمرة عند الفرد، وتظهر هويته وهوية الجماعة، التي ينتمي إليها.

٣. العناصر الثّقافية والنّفسية، وفي مجالات العناصر الثّقافية والنّفسية، وما لها من دورٍ في تشكيل صورة الهوية، ومن هذهِ العناصر والرموز والأيديولوجيات، ونظام القيم الثقافية، وأشكال التعبير الفني

وغيرها، وتندمج في أغلب الأحيان في سلوكيات، تدل على النظام الثقافي للفرد والجماعة.

٤. العناصر الإجتماعية، ودورها في إظهار الهوية بشكلها المتميز عن الآخرين، وما يرتبط بها من عناصر اجتماعية، مثل الاسم والجنس والمهنة والسّلطة، والدّور الاجتماعي والأنشطة والانتماءات وغيرها. (محمد كريم الساعدي – https://cutt.us/tPlL2)

وقد كان للإعلام الجديد بصمته الواضحة على الهُوية، حيث أدت هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة إلى خلق مجتمعات افتراضية بشكل ضخم لا يمكن تقييدها، وكان لذلك تداعيات واضحة على تغيير نمط تفكير الأفراد والجماعات، وأصبحت المسافات والحدود الجغرافية أشكالًا وهمية، لا تستطيع إيقاف هذا الغزو التكنولوجي الافتراضي، وأضحت هذه المجتمعات الافتراضية هي الواقع الجديد الذي يُشكل حياة الأفراد، وأصبحوا مرتبطين إلى حد كبير بالأجهزة الحديثة كالهاتف المحمول والأجهزة اللوحية والإلكترونية والكمبيوتر والأدوات الأخرى، مما أنتج ما يُسمى ب"الفرد الحاسوب" و" الإنترنتي"، لكونه أصبح مبرمجًا، وأفرز نوعًا جديدًا من الهُوية لم تكن موجودة من قبل، فهي خليط من الانفتاحات والتداخل.

والهُوية الافتراضية أو فضاء السايبر Cyber Space جعل الأفراد أشخاص ينزوون في ثقافات غيرهم، حتى وإن كان على حساب هُويتها، وإن كان هذا قد يشبع رغبات وحاجات نفسية لدى الأفراد، إلا أنه، وبمرور الوقت، قلق الانتماء لكونهم متشرذمين في ثقافات وأفكار وهُويات

مختلفة، غير قادرين على تحديد ذاتهم الأصيلة التي يجب الانتماء لها.

والحديث عن إشكالية الهُوية لا ينفصل عن اللغة، فهي التي تصون الهوية، وهى تحيا بالاستعمال والتداول، ونتيجة للوسائل التكنولوجية الحديثة هذه تبعثرت الهُويات، ليسود نموذج ثقافي وحيد، ويصبح هو المركز، وهو ما يُعرف باسم المثاقفة حيث انحسار الهويات المختلفة في ثوب جديد، وفي هذا قضاء على ثقافة لصالح أخرى.. ومثال على ذلك نجد ضعف اللغة العربية بسبب هيمنة اللغة الإنجليزية على الشبكة المعلوماتية (الإنترنت). فلا نجد جماعة من البشر لها نفس الهُوية إلا ولها نفس اللغة، وفي كثير من الأحيان تسعى لفرض لغتها هذه، ولعل النموذج الشهير على ذلك الكرد، فرغم أنهم يتوزعون على أكثر من دولة إلا أنهم ينتمون فقط لقوميتهم ولهويتهم، ويتحدثون لغة واحدة رغم اختلافها عن باقي أقاليم الدول المتواجدين فيها. (عبد الرحمن محمد – https://cutt.us/0XvW5)

٢- إشكالية الأمن المعلوماتي:

أمن المعلومات يعني تأمين المعلومات المتداولة عبر شبكة الانترنت من المخاطر التي تهددها. فمع تطور التكنولوجيا ووسائل تخزين المعلومات، وتبادلها بطرق مختلفة، أو ما يسمى نقل البيانات عبر الشبكة من موقع لآخر، أصبح أمر أمن تلك البيانات والمعلومات يشكل هاجسًا وموضوعًا حيويًّا مهمًّا للغاية.

ويمكن تعريف أمن المعلومات بأنه العلم الذي يعمل على توفير الحماية للمعلومات من المخاطر التي تهددها، أو الحاجز الذي يمنع

الاعتداء عليها، وذلك من خلال توفير الأدوات والوسائل اللازم توفيرها لحماية المعلومات من المخاطر الداخلية أو الخارجية. المعايير والإجراءات المتخذة لمنع وصول المعلومات إلى أيدي أشخاص غير مخوّلين عبر الاتصالات، ولضمان أصالة وصحة هذه الاتصالات.

وفي تعريف آخر، فإن أمن المعلومات يعني حماية المعلومات والبيانات المتداولة عبر شبكة الإنترنت من العبث والتخريب والتبديل، أو من أي خطر يهددها مثل وصول أي شخص غير مخول للوصول إليها، والعبث ببياناتها، والاطلاع عليها.

إن حماية المعلومات هو أمر قديم، ولكن بدأ استخدامه بشكل فعلي منذ بدايات التطور التكنولوجيا، ويرتكز أمن المعلومات إلى:- أنظمة حماية نظم التشغيل – أنظمة حماية البرامج والتطبيقات- أنظمة حماية قواعد البيانات – أنظمة حماية الولوج أو الدخول إلى الأنظمة. (https://cutt.us/Cd6RI)

عناصر الأمن المعلوماتي تكمن في:

– المعلومات السريّة: تعني منع اطلاع أي شخص غير مخوّل من الوصول إلى بيانات شخص آخر.

– توفر البيانات: وتعني توفر البيانات كاملةً عند الحاجة إليها، بحيث تكون معلومات صحيحة ودقيقة غير معدّلة أو ناقصة، مما يجعل عناصر النظام تعمل بشكلٍ صحيح.

– التكامليّة وسلامة البيانات: وتعني التكامليّة هنا المحافظة على

البيانات من التعديل أو التغيير من قبل الأشخاص غير المخوّلين بالوصول لها، مثل أن يصل شخص بقصد أو بغير قصد لبيانات غير مسموح له بالوصول إليها، كذلك في حال وصول فايروس إلى الحاسوب، ويعدل بياناته فهذا يعد أيضًا انتهاكًا للتكامليّة، وعدم توفر الحماية الكاملة للمعلومات.

مهددات أمن المعلومات:

– هجوم تعطيل الخدمة: وهو عبارة عن هجوم يقوم به القرصان أو الهاكرز من أجل تعطيل خدمة السيرفر في الشبكة.

– الفيروسات: وهي برامج صغيرة مكتوبة بلغة الحاسوب تصل إلى البيانات المخزنة عليه وتعبث بها، ومنها ما قد يكون متخفيًا لا يمكن رؤيته وملاحظته، ومصدر الفيروسات يكون من مواقع الإنترنت والرسائل البريديّة غير الموثوقة، والبرامج المقلدة غير الأصليّة، وقد تنتشر هذه الفيروسات عند استخدام وسائل تخزين دون التأكد من خلوها من الفيروسات.

– مهاجمة المعلومات المرسلة: وهي عمليّة اعتراض الرسائل المرسلة من جهة لأخرى والعبث بها مثل رسائل البريد الإلكتروني.

– هجوم القرصنة الكاملة: وهو التحكم بجهاز حاسوب الضحيّة، والعبث بكل ملفاته وبياناته.

ويمكن تصنيف مجالات اختراق أمن المعلومات كالآتي:

(أ) **الملفات الورقية** (Paper Files):

على الرغم من استخدام النظم الحاسوبية إلا أن الملفات الورقية لا زالت تستحوذ على النسبة الأكبر للملفات المستخدمة في المؤسسات، وتتعدد الفرص المتاحة في هذا المجال، مثل: رمي النسخ رديئة الطباعة، والتي تحتوي على معلومات هامة دون القيام بإتلافها بصورة مناسبة، أو فشل إدارة المؤسسة في التعامل مع البحوث الداخلية التي تنشرها المؤسسة، والتي قد تحتوي على معلومات حساسة ومهمة.

(ب) **الهاتف النقال** (Mobile):

يمكن أن تتم عملية الاختراق إما من خلال استراق السمع، أو من خلال التقاط المعلومات بواسطة الماسحات الضوئية الخاصة بأجهزة الراديو عند ضبطها على التردد المناسب.

(ج) **الثرثرة** (Gossip):

من خلال المناقشات والحديث الذي يجري بين العاملين في المؤسسة، حيث إنه من الممكن أن يتطرقوا لمعلومات سرية خاصة بالمؤسسة، كما ويمكن أن تتم من خلال المناقشات التي تجري في الاجتماعات الرسمية والمؤتمرات، فيجب أن يتوخى المتحدث باسم المؤسسة الحذر الشديد في طرحه للمواضيع.

(د) **الملفات الإلكترونية** (Electronic Files):

يتيح استخدام الملفات الالكترونية فرصًا عديدة في عملية اختراق أمن المعلومات، ومن هذه الفرص: إساءة استخدام كلمات السر (إشراك

الآخرين بكلمات السر، إنشاء كلمات سر ذات دلالة خاصة في الحياة اليومية، الاستمرار مدة طويلة دون تغيير كلمة السر، الاحتفاظ بنسخ مكتوبة من كلمة السر في أماكن سهل الوصول إليها)، ترك أجهزة الحاسوب مفتوحة أثناء التنقل مما يسمح بالاطلاع عليها، أو نسخ بياناتها، ترك حافظات الأقراص مفتوحة مما يسهل سرقتها، نسخها، أو تعريضها للتلف. (https://cutt.us/Gdygz:)

٣- إشكالية الأمن الاجتماعي:

يقصد به أمان الفرد في المجتمع من أي عدوان، فكل ما دل على معنى الراحة والسكينة، وتوفير السعادة والرقي في أي شأن من شؤون الحياة فهو أمن. وقد يعرف بأنه "هو اطمئنان الإنسان على دينه ونفسه وعقله وأهله وسائر حقوقه، وعدم خوفه في الوقت الحالي أو في الزمن الآتي، في داخل بلاده، ومن خارجها، ومن العدو وغيره، ويكون ذلك على وفق توجيه الإسلام، وهدي الوحي، ومراعاة الأخلاق والأعراف والمواثيق".

والهدف الأساسي للأمن المجتمعي هو قيام كل فرد لدوره داخل المجتمع من خلال القيام بما عليه من واجبات، وتقديم الدولة له من حقوق، وتمكين مفهوم العمل لمنع ومعالجة أي سلوك يخل باستقرار المجتمع واطمئنانه، وضمان تخفيف الخوف والجريمة في المجتمعات المحلية.

وركيزة الأمن المجتمعي أن تكون المجتمعات وأفرادها «خالين من الخوف». ومع ذلك، فإن التعريف المعاصر الأوسع يشمل أيضًا العمل

على مجموعة أوسع من القضايا الاجتماعية لضمان «التحرر من الفاقة». مثلها مثل سلامة المجتمع، وأمن المواطنين.

والأمن الاجتماعي بمثابة العامل الأساسي في حفظ الإنسان وسلامة مجتمعه, حيث يتوفر في ظله الطمأنينة، والرفاهية، والقدرة على التغلب على العوز والمرض والجهل, وحتى يتحقق كل ذلك لابد من توفير سبل تأمين مقومات الأمن الأساسية، وطرق القضاء على معوقات تحقيقها. والأمن الاجتماعي في حقيقته هدف سام نبيل، وغاية عظيمة شريفة، تبذل كافة الجهود لتحقيقها واستمرارها، وذلك لأنه لا يمكن العيش الكريم إلا به، حيث يعتبر الأمن ركيزة من ركائز المجتمع التي يستمد منها استقراره وتقدمه، فهو المحور الأساسي في التنمية الشاملة والاستقرار، ومن خلاله يتوفر المناخ المناسب للنمو والتقدم، ومن ذلك يتبين لنا الحاجة الماسة إلى تحقيق الأمن بأنواعه المختلفة والمتعددة، فالأمن يشمل كل ما يحتاجه الإنسان، والتي في مقدماتها أمنه الغذائي، وأمنه الاقتصادي، وأمنه العائلي، فضلًا عن أمنه الصحي، وأمنه الفكري. (أشرف رجب الغنام – https://cutt.us/L4x9n)

الأمن الاجتماعي جزء لا ينفصل عن الأمن القومي بشكل عام، وكان لوسائل التواصل الاجتماعي الأثر الواضح على الأمن الاجتماعي، حيث بث الأفكار التي تحفز على العنصرية، أو الطائفية، أو بث الكراهية بين الأفراد مما يهدد الانسجام والتواصل الاجتماعي.

ويتم استغلال وسائل تكنولوجيا الاتصالات والإنترنت في إجراء

عمليات تهدد سلامة وأمن اأفراد المجتمع، كنشر صور مخيفة أو بث لأعمال إجرامية، مما تثير القلق لدى الأفراد ومن هذه العمليات.

وتستخدم كذلك في التهديد والابتزاز الإلكتروني والقرصنة (الهاكر)، والتهديد بإتاحة البيانات الشخصية للأفراد ونشرها، وذلك للمساومة بمقابل مادي، هذا إضافة إلى عمليات السرقة والقتل عن طريق الفيسبوك، والإرهاب الإلكتروني.

٤- إشكالية الأمن القومي:

مفهوم الأمن القومي هو حماية الحكومة والبرلمان للدولة والمواطنين عبر سياسات فرض السلطة، سواء كانت سياسية، اقتصادية، دبلوماسية وعسكرية، إلا أن هذا المفهوم تطور ليشمل مجموعة واسعة من التحديات التي تؤثر على الأمن غير العسكري أو الاقتصادي للدولة.

وقد قدم أرنولد ولفرز تعريفًا قال: (يقيس الأمن بمعناه الموضوعي مدى غياب التهديدات الموجهة للقيم المكتسبة، ويشير بمعناه الذاتي إلى غياب الخوف من أن تتعرض تلك القيم إلى هجوم).

يعرف تريجر وكرنبرج الأمن القومي بأنه "ذلك الجزء من سياسة الحكومة الذي يستهدف خلق الظروف المواتية لحماية القيم الحيوية". ويعرفه هنري كيسنجر بأنه يعني "أية تصرفات يسعى المجتمع – عن طريقها – إلى حفظ حقه في البقاء". أما روبرت ماكنمارا فيرى أن "الأمن هو التنمية، وبدون تنمية لا يمكن أن يوجد أمن، والدول التي لا تنمو في الواقع، لا يمكن ببساطة أن تظل آمنة.

من أجل سلامة الأمن القومي، تحتاج الأمة للأمن الاقتصادي، وأمن الطاقة، والأمن البيئي. تحديات الأمن القومي ليست حكرًا على خصوم تقليديين من دول قومية أخرى، بل من الجهات الفاعلة غير الحكومية مثل المسئولين الفاسدين وعصابات المخدرات، والشركات متعددة الجنسيات، والمنظمات غير الحكومية؛ وتشمل بعض التحديات كالكوارث والأحداث الطبيعية.

ويشمل الأسباب المحتملة لغياب الأمن القومي تصرفات كل من الدول الأخرى (كالهجمات العسكرية أو الإلكترونية)، والجهات الفاعلة غير الحكومية العنيفة (كالهجمات الإرهابية)، والجماعات الإجرامية المنظمة، وكذلك آثار الكوارث الطبيعية (كالفيضانات والزلازل). تشمل العوامل المنظومية المؤدية إلى انعدام الأمن، التي قد تكون عبر وطنية، تغير المناخ، والتفاوت الاقتصادي، والتهميش، والاستبعاد السياسي، والعسكري". (https://cutt.us/fQ5QN)

وفي رأي د. كمال عامر (https://cutt.us/YBn9U) أن مفهوم الأمن القومي للدولة: هو قدرة الدولة على حماية أمنها الداخلي والخارجي مع تحقيق أعلى معدلات للتنمية الشاملة، وتطوير قواها الشاملة، مع تأمين تقدمها وازدهارها، والقدرة على مواجهة الأزمات والتحديات والتهديدات والعدائيات المختلفة، بما يحقق نموها وتقدمها، وتحقيق أهدافها القومية.

وهذا المصطلح معرب عن الدول الأوربية التي استخدمت اصطلاح National Security والذى ظهر حديثًا كنتيجة لوجود الدولة القومية في

أوربا National State فقد وجدت في أوربا الدولة القومية في القرن السادس عشر، وما تلاه وأخذت كلمة القومية Nationalism تأخذ مكانها وتبدلت الولاءات من ولاء للملك أو الأمير الي ولاء للدولة، فظهرت مصطلحات كثيرة تترجم تلك المشاعر القومية، فمثلًا مصطلح المصلحة القومية National Interest ومصطلح الشرف القومي National Honor ومصطلح الإرادة الوطنية National well أو الإرادة العامة General well وقد أخذت العربية هذه المصطلحات، وأخيرًا ظهر مصطلح الأمن القومي، وأول من وضع تعريف محدد يتناول المصطلح هو الأمريكي (والترليبمان Walter Lippiman في عام ١٩٤٣).

وقد اتضح للعديد من المهتمين بشئون الأمن القومي، ولعديد من الدول عجز التفسير أو المفهوم الذي قدمه "ليبمان" للأمن القومي، حيث ظهرت قوى جديدة بجانب القوة العسكرية، وأخذت مكانها، وأصبحت أدوات فاعلة في العلاقات الدولية، وفي الصراع الدولي وهى (القوة الاقتصادية / الاجتماعية / السياسية/ الدبلوماسية / التكنولوجية).

أي أن الأمن القومي لم يعد يتهدد من القوة العسكرية فحسب، ومن ثم لم يعد تحقيقه بالقوة العسكرية فقط، بل تداخلت معها قوى جديدة، وأن لم يكن لهذه القوى الجديدة درجة العلانية والوضوح التي تتميز بها القوة العسكرية.

ويؤكد د.كمال عامر أنه اتسع مفهوم الأمن القومي لدى العلماء، وأصبحت القوة الاقتصادية والسياسية والدبلوماسية عاملًا فاعلًا، ففي

العلاقات الدولية، ووسائل لها أدواتها في إدارة الصراع، أو في محيط العلاقات بين الدول. وهذا يرجع بطبيعته الي المتغيرات الكثيرة التي دخلت وتدخل في مسألة الأمن القومي، واحتوائه على كثير من الأمور، ولكن الجميع اجتمع حول فكرة مؤداها أن الأمن القومي "هو عبارة عن مصالح معظم الدول، وما تتخذه من إجراءات لحماية هذه المصالح في معظم الأوقات".

وقدم البروفيسور فردريك هارتمان Fredrik Hartman رؤية يؤكد أن الأمن القومي هو جوهر المصالح القومية الحيوية للدولة.

كما قدم "جيرالد هويلر – Gerold F. Wheeler" في دائرة المعارف الأمريكية تعريفًا آخر للأمن القومي هو: "حماية الدولة ضد جميع الأخطار الداخلية والخارجية".

وتوجد عدة أبعاد لأمن الدولة، بالنظر إلى مجموعة واسعة من المخاطر، من بينها الأمن الاقتصادي، وأمن الطاقة، والأمن المادي، والأمن البيئي، والأمن الغذائي، وأمن الحدود، والأمن الإلكتروني. ترتبط هذه الأبعاد ارتباطًا وثيقًا بعناصر القوة القومية.

ويذكر الباحثون عدة أسباب لزيادة الاهتمام بدراسة الأمن القومي في مختلف دول العالم، بما يمكن اعتباره ظاهرة، ومن أهم تلك الأسباب،(كما يراها د. عبد المنعم المشاط):

١- التوسع في مفهوم المصلحة القومية ليشمل مسألة ضمان الرفاهية بما يعنيه ذلك من تأمين لمصادر الموارد، ومن ثم برز مفهوم الأمن

القومي كتعبير عن كل من الرفاهية من ناحية، ومحاولة ضمان مصادرها الخارجية من ناحية أخرى، وحماية الترتيبات الداخلية التي تدفع إلى زيادة معدل الرفاهية من ناحية ثالثة.

٢- ازدياد معدل العنف وتصاعد حدة الصراعات المباشرة، والتي قد تتطور إلى حروب، ومن ثم سار الاهتمام بالأمن القومي في موجات ارتبطت بتزايد الصراعات على المستويين الإقليمي والدولي.

٣- ازدياد الشعور لدى دول الجنوب بنوعين من التهديدات المتصلة بأمنها القومي. فمن ناحية، تُعد الديون الخارجية المستحقة عليها تهديدًا لأمنها السياسي والاقتصادي، وتحد بالضرورة من حرية اتخاذ القرارات الاستراتيجية. ومن ناحية أخرى، تخشى الدول الصغرى من احتمالات قيام الدول الكبرى بإساءة توظيف المنظمات الدولية، وعلى رأسها الأمم المتحدة، ليس فقط لتحقيق مصالحها، ولكن للإضرار بمصالح الدول الصغرى، وأمنها القومي.

٤- تزايد الإحساس بالقلق والتوتر الداخلي، والذي يمكن أن يتحول إلى مظاهر عديدة من عدم الاستقرار، وعدم الأمن في الدول الصغرى، فلا تزال تلك الدول تعاني من مشكلات كبرى في عملية الإنتاج، وكذلك عملية التوزيع.

٥- يُثار الاهتمام بظاهرة الأمن القومي عند التحول من نظام الدولة القومية إلى نظام أوسع، وأكثر شمولًا كالنظام الفيدرالي، أو التجمعات الاقتصادية الدولية.

٦- يُثار موضوع الأمن القومي في حالة تفكك الدول الكبرى، وخاصة الفيدرالية إلى دول قومية مستقلة ذات سيادة.

وقد تركز مفهوم الأمن من الناحية التطبيقية في البداية حول القوة التي كان يمثلها الجانب العسكري، ثم تطور مفهوم الأمن طبقًا لتطور الاحتياجات والتهديدات، ليشمل المفهوم الاقتصادي الذى ينعكس تأثيره على كل آفاق المجتمع بما فيها النواحي العسكرية والمفهوم الاجتماعي، الذي يتصل بالعدل والمساواة والتضامن الاجتماعي، بالإضافة الي المستوى السياسي والدبلوماسي الذى يرتبط بالتفاعل الايجابي مع القوى والدول الأخرى على المستوى الإقليمي والعالمي، والتي تهدف جميعها إلي استقرار ورفاهية المجتمع.

وفي ظل الإعلام التقليدي نستطيع أن نضع الحدود الفاصلة بين كل من المعلومات المتاحة، والأمن القومي، والأمن المعلوماتي للدولة، ومن ثم إمكانية إحجام المخاطر المحيطة، ولكن تحت مظلة الإعلام الجديد يختلف الأمر، حيث تسقط كل الجدران الأمنية وتتلاشى كل الحدود الفاصلة، وتصبح المعلومات متاحة بشكل ضخم مع عدم القدرة لمعرفة منبعها الأصلي هذا جنبًا إلى سيطرة الميول والمعتقدات في الحكم على حيثيات الحوادث القائمة، فهو إعلام للفرد لا للمؤسسات يغلبه الطابع الأيديولوجي والعقائدي، مما يجعل لكل فرد حرية في أن يسلك طريقًا يختلف عن الباقية نتيجة لاتجاهاته وميوله، وهنا تنتج مشكلة، وهى أن وقت الأزمات لا تُتاح الصورة بشكل كامل للأفراد، ولكنه بناء على

الأجزاء التي يراها وميوله وأيديولوجيته يبدأ في تشكيل رأي ووجهة نظر، ربما تكون صائبة، وربما لا ويبدأ في التعبير عنها عبر وسائل مواقع التواصل الاجتماعي، وتتداخل آراء الأفراد، ويحدث جدال مما يسبب اختناقات اجتماعية، ومن ثم يصبح الرأي العام الإلكتروني مكشوفًا للجميع، ويتم استغلال ذلك، ومن ثم هو إعلام رأي وأيديولوجيا.

في السابق كان مفهوم الأمن القومي مرتبط بشكل كبير بمدى القدرة على السيطرة على حدود الدولة، وامتلاك أجهزة استخبارات قوية، ولكن في الوقت الحاضر ظهر مصطلح الأمن المعلوماتي، والأمن السيبراني محوريًّا في الدراسات الأمنية والاستراتيجية لما له من مركز ثقل وتأثير، فأصبحت حماية الأجهزة التكنولوجية، ومعلومات الدولة أمرًا لا يقل شأنًا عن حماية الحدود الأرضية للدولة، بل يعلوه خطورة.

٥- إشكالية الوعي المجتمعي:

الوعي كمصطلح علمي: كلمة تعبر عن حالة عقلية يكون فيها العقل بحالة إدراك، وعلى تواصل مباشر مع محيطه الخارجي عن طريق منافذ معينة، تتمثل عادة بحواس الإنسان الخمس.. والوَاعِيُّ الحافِظُ الكَيِّسُ الفَقِيه، وعليه لا وعي دون علم، فكلما ازداد المرء علمًا وفهمًا ازداد وعيًا.

والوعي أعمق من الثقافة، أو إن الوعي هو فلسفة الثقافة، أو إن الثقافة هي التعليم النظري والوعي هو التطبيق العملي لها، والواعي هو ذلك الشخص الذي يفكر ويفسر الأحداث، وينظر لها من منظور عام وخاص، ومن قريب وبعيد نظره طفوليه متعجبة ومتسائلة لا تخلو من العمق العميق.

وتعرف الموسوعة الفلسفية "مفهوم الوعي" بوصفه حالة عقلية من اليقظة، يدرك فيها الإنسان نفسه وعلاقاته بما حوله من زمان ومكان وأشخاص، كما يستجيب للمؤثرات البيئية استجابة صحيحة. وبالرجوع إلى أصل الكلمة في اللغة اللاتينية، يتضح أنها تعني أشياء معروفة على نحو متصل، ويرجع بعض الناس الوعي إلى المعرفة.

وبشكل عام، يعرف الوعي بأنه اتجاه عقلي انعكاسي، يمكن الفرد من إدراك ذاته، والبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد. ويتضمن الوعي، إذن، وعي الفرد بوظائفه العقلية والجسمية، ووعيه بالأشياء وبالعالم الخارجي، وإدراكه لذاته بوصفه فردًا وعضوًا في الجماعة.

الوعي الاجتماعي:

دائرة المعارف البريطانية عرفت الوعي الاجتماعي بأنه هو الفهم وسلامة الإدراك، ويقصد بالإدراك هنا معرفة الإنسان لنفسه، والمجتمع الذي يعيش فيه.

ومن وجهة نظر أخرى هو وعي أفراد المجتمع بشكل عام بمختلف قضايا المجتمع التي ترتبط بحياتهم وواقعهم، وتحدد ملامح مستقبلهم، ويعرف بأنه "حالة ذهنية يدرك خلالها الانسان العالم من حوله"،

وللوعي الاجتماعي أنواع وهي: الوعي الثقافي والديني والاقتصادي والسياسي والقانوني والأخلاقي والوعي الصحي.

ويمكن تعريف الوعي المشترك في المجتمع على أنه الوعي بالمشكلات

المختلفة التي تواجهها المجتمعات والتجمعات بصفة يومية. هذا المصطلح مركب من مفهومين هما: الوعي والاجتماعي، فالوعي هو نتيجة للتفاعل بين أنفسنا وعالمنا المادى المحيط بنا، ويلعب دورًا هامًّا في التطور الاجتماعى، سواء كان هذا الدور إيجابيًّا أم سلبيًّا، فالأفكار التي توجد لدى الناس قد تساعد على تطور المجتمع، أو قد تكون عائقًا أمام هذا التطور حيث يعد الوعي الاجتماعيُّ ركيزةً من ركائز تقدُّمِ أيِّ مجتمع وتطوُّرِه، بل وله دوره الكبير والرئيس في استقرار المجتمع والنهوض به؛ وذلك بالرفع مِن شأن أفراده.

ويشير الوعي إلى "إدراك الإنسان لذاته، ولما يحيط به إدراكًا مباشرًا، وهو أساس كل معرفة". حيث يعرف ماركس الوعي الاجتماعي بأنه مجموع الأفكار والنظريات والآراء والمشاعر الاجتماعية والعادات والتقاليد التي توجد لدى الناس، والتي تعكس واقعهم الموضوعي. يدل استعراض التاريخ الاجتماعي أنه مع تغير الوجود الاجتماعي للناس، يتغير أيضًا وعيهم الاجتماعي.

يؤكد تشارلز كولى أن الوعي الاجتماعي أو الوعي بالمجتمع لا يمكن فصله عن الوعي الذاتي، لأننا بالكاد نستطيع التفكير في أنفسنا إلا بالإحالة إلى جماعة اجتماعية من نوع ما، ولا إلى الجماعة بدون الإشارة إلى أنفسنا. وإذا تأملنا الإدراك الواعى لكوننا جزءًا من مجتمع مترابط من الآخرين وجدنا أنَّ هذا التعريف يرقى بالفرد إلى مستوى واضح من الوعي لديه، بكونه جزءًا من كل أكبر. وهو يشمل المستوى الذي يعي فيه الفرد

كيف يتأثر بالآخرين، وكذلك كيف يمكن أن تؤثر أفعاله في الآخرين. (https://cutt.us/bIYkA)

ومن منظور علماء الاجتماع أنه: المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد فى بيئة اجتماعية معينة، والتى تظهر فى البداية بصورة لدى مجموعة منهم تم تبنيها لإقناع الآخرين، بأنها تعبر عن موقفهم تجاه ما يحدث فى المجتمع من قضايا سياسية واجتماعية وغيرها. غير أنه ليس بالضرورة أن يكون كل ما يتردد فى الجماعة مناسبًا للفرد أو الجماعة.

وتوجد وجهة نظر سيوسيولوجية أخرى تنظر إلى الوعي الاجتماعي أنه يأتي كحصيلة مستمرة لعملية الإدراك الشاملة للواقع الاجتماعي، ذلك الإدراك الذي يشمل إدراك الفرد وتصوره من القضايا الاجتماعية. سواء المجتمعية العامة أو الخاصة التوعية. والتي يأخذ منها موقف، تسليمًا أو رفضًا بناء على تفسيره لهذه المواقف.

ويوصف بأنه اتجاه عقلي يمكن الفرد من إدراكه لذاته، وللواقع المحيط به. ويعد الوعي نتاجًا للتطور الاجتماعي، ولا يوجد بعيدة عن المجتمع الذي يحيا فيه الإنسان. ويتضمن الوعي الإدراك والحكم والتمييز.

وعلى الرغم من مختلف التعريفات الموضوعة للوعي الاجتماعي، والتي تعد جميعها مختصرة إلى حد ما إلا أن الغالبية العظمى من الأشخاص، يقرون أنه هو ذلك الشيء الذي يستمر صقله طيلة حياة الإنسان، ومن فوائد الوعي الاجتماعي، وأثره في الفرد والمجتمع ما يلي:

خصائص الوعي الاجتماعي:

مع اختلاف وتباين الآراء ووجهات النظر حول مفهوم الوعي الاجتماعي إلا أنها جميعًا لا تختلف على أنه مجموعة من المفاهيم والأفكار والثقافات التي يكتسبها الفرد، وتمثل انعكاسًا لمفهومه الشامل لذاته وقضايا مجتمعه والعلاقات الاجتماعية فيه وتاريخه وحاضره، وتتشكل واسطة عوامل مختلفة ترتبط بتنشئة الفرد الاجتماعية وعبر مؤسساتها المختلفة – وسائل التواصل الاجتماعي إحداها– ومن ثم يقوم الفرد بدور إيجابي تجاه مجتمعه، وقضاياه وحل مشكلاته.

ومن مجتمع لآخر يختلف الوعي الاجتماعي حسب تنوع المفاهيم والأفكار والثقافات الاجتماعية السائدة، وحسب فهم وتفسير أفراد المجتمع لها، كما تتعدد أشكال الوعي الاجتماعي الى الوعي الديني والثقافي والسياسي والاقتصادي والصحي.

ويتميز الوعي الاجتماعي بعدد من الخصائص وهي:

– النسبية: بمعنى أنه متغير نسبي، لا يمكن قياسه بالثبات المطلق.

– قابل للتطور والتجديد: حسب تطور العلاقات الاجتماعية ووسائل التواصل التي يستخدمها الإنسان في كل عصر، كما يشمل ذلك القابلية للتزييف.

– التعقيد: نتيجة تداخل عدة مؤثرات وظروف في تكوينه.

– الشمولية: يرتبط بالوجود الاجتماعي ككل.

– التنوع: حيث يختلف من شخص لآخر ومن مجتمع لآخر باختلاف المفاهيم المهيمنة على المجتمع، واختلاف فهمها وتفسيرها.

– مكتسب: من البيئة الاجتماعية المحيطة والعلاقات الاجتماعية ووسائل التواصل بين الأفراد.

– فهم المجتمع: يكسب الفرد القدرة على تفسير وتحليل قضايا مجتمعه المعاصرة، والوصول لحلول لها، فهو وليد فهم أفراد المجتمع لثقافتهم وقيمهم وتاريخهم وحاضرهم.

– إيجابي: في تعامله مع القضايا المجتمعية.

على أن للوعي أبعادًا أساسية، هي:

– البعد الأول: وجود اتجاه أو موقف إيجابي أو سلبي نحو القضية أو الموضوع المراد استطلاع الوعي بشأنه، وهو ما يسمى: البعد النفسي الاجتماعي في الوعي.

– البعد الثاني: ويقوم على إدراك القضية أو الموضوع من خلال تفسيره، وإبراز إيجابياته وسلبياته، وهو ما يسمى: البعد العلمي للوعي.

– البعد الثالث: ويقوم على تقديم تصور بديل للواقع الراهن لهذه القضية أو ذلك الموضوع الذي يستطلع الوعي بشأنه، وهذا ما يعبر عنه بالبعد الأيديولوجي.

ويتحدد الوعي بناء على البنية الاجتماعية للمجتمع (أو الجماعة)، والمرحلة التاريخية التي تمر بها، وما يسودها من علاقات وأوضاع خاصة،

وتوزيع للفرص الاجتماعية والاقتصادية والسياسية داخل هذه البنية.

أنواع الوعي:

١- الوعي الفردي:

يستند إلى أن الإنسان في الجوهر كائن مدرك لتصرفاته المتعددة (بتعدد أبعاد الحياة اليومية وزواياها، أي جميع أنواع النشاط الإنساني المادي والروحي). ومن وجهة نظر جون لوك J. Lock، أن الوعي هو إدراك ما يدور داخل عقل الإنسان، وهو انعكاس لملاحظات الشخص أو لملاحظة عقله للعمليات المتداخلة.. كما أن صور الوعي متعددة ومتباينة؛ فمنها الأفكار المدركة، والتفكير، والمعرفة، والشكوك. ويتم تعلم هذه القضايا الذهنية في أي لحظة. ويسمي لوك هذه العمليات "الإحساس الداخلي".

ويذهب جورج ميد G. Mead، إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد على تأمل ذاته، والقيام بدور الآخرين. هذا الاستدماج للآخر Other شرط أساسي لظهور الوعي، طالما أنه يتضمن عملية انعكاسية لأبعاد الوعي الاجتماعي تكاد تتفق الدراسات التي اهتمت بموضوع الوعي الاجتماعي وبأنماطه النوعية. سواء كانت طبقية أم سياسية أم تعليمية... إلخ.

ويرتبط الوعي الفردي بالوجود المحدد للفرد في جماعة وطبقة ومجتمع معين، وبكل أساليب وفرص إشباع حاجاته الروحية والمادية. إن هذا الوعي الفردي ظاهرة اجتماعية ذات محتوى اجتماعي يتضمن الوجود الشخصي للفرد، والطبقة التي ينتمي إليها، والوسط الروحي والمادي المؤثر في الوجود الفردي. ولهذا لا يستخلص الوعي الفردي من الظروف الفردية الشخصية

فقط، بل من وجود الفرد في طبقته وجماعته ومجتمعه. أما عما يحدث داخل الفرد، فإن الوعي هو العملية التي يقوم بها العقل باستخدام المعرفة المختزنة لديه، لتحديد دلالات المدركات الحسية ومعانيها. فالفرد لا يفسر الرسائل التي يستقبلها في معان مطابقة لها تمامًا، ولكن يكون التفسير في إطار التفاعل بين الرموز Symbols التي يتم استقبالها، وبين المعرفة السابقة ذات العلاقة التي يستعين بها الفرد المتلقي.

والوعي على المستوى المعرفي لدى الفرد، فينقسم إلى نوعين:

– وعي يومي (تطبيق)، وينشأ من الشروط التطبيقية للحياة الاجتماعية، وفيه تعبر الحاجات والمطالب البشرية عن نفسها.

– وعي نظري، فهو يطمح إلى التعبير عن جوهر الظواهر الاجتماعية.

ويكمن الاختلاف بين هذين النوعين. اليومي والنظري. في أن الوعي الأول يبقى على سطح الظواهر دون أن تصل تعميماته إلى عمقها، ويحاول الثاني التعمق في جوهر الظواهر، وكشف قوانين وجودها الفعلي وتطورها.

٢- الوعي المجتمعي (الجماعي):

إن كان الوعي الاجتماعي تصويرًا وانعكاسًا للوجود الاجتماعي، أي العلاقات الاجتماعية والحياة الاجتماعية بجميع مظاهرها. فهو أيضًا حصاد لمجمل تفاعلات الوعي الطبقي. كما أن الوعي الطبقي نفسه انعكاس وتصوير لوجود الطبقة، فالوعي الاجتماعي، إذن، هو منظومة عامة من الأفكار والنظريات للطبقات حول مجمل العلاقات الاجتماعية القائمة، ويمثل فهمًا كليًّا لها. وهذا الفهم الكلي يعد الشكل الأرقى والأعلى للوعي الاجتماعي.

يتضمن الوعي الاجتماعي بمفهومه الشامل عددًا من الأبعاد الثقافية والدينية والاقتصادية والسياسية، فالوعي الاجتماعي وعي عام يتضمن إحاطة أفراد المجتمع بمختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وحتى العلمية التي ترتبط بحياتهم، وهناك أنواع أخرى من الوعي الاجتماعي مثل الوعي الثقافي والوعي السياسي

ويرى د. سعيد توفيق أنه كما يحدث تطور الوعي على مستوى حياة الفرد، فإنه يحدث أيضًا على مستوى حياة الشعوب نفسها: فلو أننا تأملنا التباين الشديد في مستوى التحضر – الذي يتسع يومًا بعد يوم– بين الدول المتقدمة والدول المتخلفة عن ركب الحضارة، لَتبيَّن لنا أن هذا التباين يكمن أساسه في مستوى الوعي لدى الشعوب، فالتغيير الذي يسعى إلى الارتقاء بواقع الشعوب وحياتها لا يمكن أن يحدث إلا على مستوى الوعي أو البنية الفوقية ذاتها. فهذا الوعي هو الذي يحدد النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وعلاقة الدين بالدولة، ومنظومة القيم الأخلاقية والجمالية، بل يمكن القول بأن الوعي الفردي يمكنه أحيانًا أن يحدث هذا التغيير حينما يكون معبرًا عن الوعي الجمعي، ومجسدًا لإرادته، وهذا ما نراه عبر التاريخ في حالة الفرد البطل، والزعماء والقادة الذين يكونون قادرين على إحداث نقلة نوعية من التطور في بلدانهم. أما كيف يحدث التطور في الوعي، فلا سبيل إلى ذلك سوى من خلال الارتقاء بالتعليم، ومن ثم بالعلم والثقافة. (الوعي والتطور البشري – جريدة عمان (https://2u.pw/ii4i5M

مع تقدم المرء في النمو، وخوض العديد من المراحل الحياتية تساعده مهارات الوعي الاجتماعي والمجتمعي على إدراك كيفية تناسب الفرد وتعايشه مع مجتمعه، وكيف يمكنه تحقيق ما يتمناه، وما يسعى إليه في ذلك العالم.

وعلى المدى الطويل تساهم مهارات الوعي الاجتماعي بفهم كيفية الاحتراف بالحياة العملية إلى جانب تيسير مشاركة المعلومات مع الآخرين، والتعاون فيما بينهم، بما يجعله يمثل جزءًا أساسيًّا في تكوين العلاقات والصداقات، ومن ثم عيش حياة مرُضية وسعيدة.

ويظل الوعي الاجتماعي في حالة من التطور منذ طفولة الإنسان، وأثناء سنوات دراسته إلى أنه يعد من بين أكثر المهارات الحيوية التي لابد من تعزيزها لدى الطفل، الأمر الذي لا يتوقف العائد منه على الآثار المترتبة عليه على مدى الحياة، ولكن للمساعدة في مشوار التعليم أيضًا، وتحقيق الاستفادة القصوى منه.

بالمدرسة والجامعة يتمكن الطلاب ذوي مهارة الوعي الاجتماعي من التكيف والاندماج مع زملائه وأقرانهم ببيئة التعليم، وإدراك السبل الصحيحة، والقرارات المناسبة التي يلزم اتخاذها بما يمرون به من مواقف.

وتشكيل الوعي للفرد يبدأ من مرحلة الشباب، وهي مرحلة عمرية تبدأ بنهاية سن المراهقة وبداية سن الرجولة، فهي تبدأ من سن ال ١٨ سنة وتنتهي بسن ٣٩ سنة، وتتميز مرحلة الشباب بأن الفرد يصبح فيها مسئولًا عن تصرفاته، ويتحمل تبعاتها أمام المجتمع من دون وصاية عليه، حيث يتمتع بكامل الأهلية والمواطنة.

لا يستطيع أحد ينكر أن الوعي لدى الأفراد ليس بنفس الدرجة، بل مختلف من شخص لآخر نتيجة لعوامل عديدة، وهذا الوعي هو الذي يُشكل ثقافته بشكل عام، وثقافته السياسية بشكل خاص، وهى عملية متداخلة فكما أن وسائل الإعلام تعمل على المتغيرات النفسية والاجتماعية والعمرية لدى الأفراد، فإن في الوقت نفسه يتجه الأفراد للمادة الاتصالية التي تتناسب مع فكره واتجاهاته.

وتتعدد الوسائل التي تعمل على تشكيل الوعي لدى الأفراد، ويكون للإعلام الاستحواذ الأكبر لما يزوده من معلومات للأفراد، وتشكيل الرأي العام، وهنا تظهر إشكالية المعلومات المغلوطة التي يتم نشرها عن طريق وسائل الإعلام الجديد، وهذا الغرق المعلوماتي التي لا نستطيع التحقق بشكل قاطع من مصداقيته, ومن ضمن الأساليب المتاحة لتكوين الثقافة السياسية للأفراد الصحف الإلكترونية، وما فيها من حرية الممارسات بمعنى تدفق الأخبار، وفي الآونة الأخيرة ازداد عدد الأفراد المستخدمين لهذه المواقع.

وفي هذا السياق نجد أن الإعلام الجديد قد جعل تشكيل الوعي والثقافة في أزمة، فلم نعد نستطيع تحديد بشكل دقيق هل يكون الإغراق المعلوماتي على مواقع التواصل الاجتماعي، وتعدد الآراء الدارجة يكون وعي الأفراد، أم الاعتقادات والأيديولوجيات المعتنقة لدى الأفراد هي التي توجههم لاتباع اعتقاد فكري معين؟

ومن ثم المشاركة بمواد اتصالية معينة، وأطروحة أخرى وهى هل هذه الآراء المتعددة تخلق مزيدًا من التناقضات الفكرية، وإثراء الحوار المجتمعي،

واستغلال هذه الوسائل على تدعيم احترام وجهات النظر، وجعلها طريقًا ممهدًا للسلام الاجتماعي، أم أنها ترسخ مفهوم عدم التقبل والنقد الهدام.

ومن ثم يعد عامل التوعية الإلكترونية، وآليات الاستخدام الصحيح هي الحل الأمثل للتعامل مع هذه الهجمات الثقافية، ومؤخرًا اتجهت الكثير من الدول من إنشاء وحدات تُسمى (وحدات الأمن السيبراني) وذلك للتعامل بشكل سليم مع هذه العمليات الإلكترونية. (الوعي الاجتماعي https://cutt.us/8N627)

٦- التعليم والثقافة

١- التعليم:

التعليم هو اكتساب المعرفة والمهارات والمبادئ والمعتقدات والعادات، وهي عملية منظمة ممنهجة تهدف إلى تحقيق أهداف محددة، ومنهجية التعليم يشار إليها بمصطلح علم التربية أو علم التعليم. وتعتمد وسائل التعليم على النقاش والتدريس والتدريب والبحث العلمي الموجَّه إلى عملية التعلم، ولأهمية التعليم فهو حق لجميع الأفراد، وتم ضمان حق التعليم في ميثاق الأمم المتحدة الدولي، وتحديدًا في المادة رقم ١٣، والمتعلقة بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

أيضًا تم إقرار حق الأفراد في التعليم منذ عام ١٩٥٢م في المادة رقم ٢ من البروتوكول الأول الذي صدر عن الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان، وقد تم إلزام جميع الأطراف التي وافقت ووقعت على الاتفاقية بضمان حق التعليم للأفراد جميعهم على المستوى العالمي.

وعملية قد تأخذ عدة سنوات، أو تستمر مدى الحياة، وكثيرًا ما يجري تحت إرشاد معلمين، إلا أن المتعلمين من الممكن أن يعلموا أنفسهم كذلك. يمكن حدوث التعليم في وضع نظامي، أو وضع غير نظامي، وأية تجربة لها تأثير تكويني على طريقة التفكير أو الشعور أو التصرف يمكن اعتبارها عملية تعليمية.

وقد بدأ التعليم منذ أقدم مجتمعات ما قبل التاريخ، حيث أسس أفلاطون أكاديميته في أثينا التي تعتبر أول معهد للتعليم العالي في أوروبا. ثم أصبحت الإسكندرية–المبنية عام ٣٥٠ ق.م– خليفة أثينا كمهد للعلوم الفكرية، وبنيت فيها مكتبة الإسكندرية. وفي الصين وضع كونفوشيوس (٥٥١ –٤٧٩ ق.م) مذهبه الذي أثر على المناهج التعليمية في الصين واليابان وكوريا وفيتنام.

ويمكن إجمال أهمية التعليم بالأمور الآتية: امتلاك المهارات اللازمة للمرء في حياته العملية، والتي من شأنها أيضًا أن تزيد من ثقته بنفسه. القدرة على التفكير الناقد. امتلاك المعرفة التي تحقق الفائدة للمرء في مختلف مجالات حياته، واتساع آفاقها. تقييم الأمور والمواقف المختلفة، والتصرف بعقلانية إزاءها. القدرة على التمييز بين الصواب والخطأ. كسب احترام الآخرين، وزيادة ثقة المرء بنفسه. معرفة الإنسان لحقوقه، بالإضافة إلى القوانين والأنظمة. امتلاك المؤهلات والتي تمنح المرء فرص العمل التي تجعله يعتمد على نفسه من الناحية المادية. العمل على زيادة الوعي في المجتمع، وإبعاد أفراده عن السلوكيات المنحرفة، وتعديل سلوك الأفراد.

المساعدة على تحقيق المساواة والعدالة التوزيعية فيما يتعلق بتوفير فرص عمل للأفراد. تنمية الدول، والتقليل من مستوى الفقر. تمكين الأفراد من القدرة على أداء المهام بشكلٍ فعال، فالشخص المتعلم يقوم بالمهام بشكل أفضل من غير المتعلم، وهذا ما يفسر سبب الإقبال على توظيف المتعلمين، والحاملين للشهادات العليا.(https://2u.pw/LafOT)

٢- الثقافة:

يستخدم مصطلح الثقافة وفق المفهوم الغربي للإشارة إلى ثقافة المجتمعات الإنسانية، وهي طريقة حياة تميّز كل مجموعة بشرية عن مجموعة أخرى. والثقافة يتم تعليمها ونقلها وتوارثها من جيل إلى آخر؛ ويقصد بذلك مجموعة من الأشياء المرتبطة بنخبة ذلك المجتمع أو المتأصلة بين أفراد ذلك المجتمع، ومن ذلك الموسيقى، الفنون الشعبية، العادات والتقاليد الإيجابية، بحيث تصبح قيما تتوارثها الأجيال، ومثال ذلك الكرم عند العرب، الدقة عند الأوروبيين، أو رقصات شعبية احتفالية أو مظاهر سلوكية أو مراسم تعبدية، أو طرق في الزواج.

والتعريفات المعاصرة للثقافة تندرج تحت ثلاثة تصنيفات، أو مزيج من الثلاثة التالية: «عملية تنمية للنواحي الفكرية والروحية والجمالية». «طريقة معيشية معينة في حياة شعب من الشعوب، أو مميزة لفترة من الفترات أو مجموعة من المجموعات».

ويعرفها جون ديوي John Dewey بأنها الثقافة هي سلوك اجتماعي، ومعيار موجود في المجتمعات البشرية. حصيلة التفاعل بين

الإنسان وبيئته، وأنها جميع الأعمال والممارسات الخاصة بالنشاط الفكري والفني بصفة خاصة.

يُعرِّف مالينوفسكي (Malinowski) الثقافة على أنّها وسيلة تحسّن من وضع الإنسان، حيث يستطيع مواكبة التغيُّرات الحاصلة في مجتمعه، أو بيئته عند تلبية حاجاته الأساسية .

بينما يرى تايلور (Taylor) الثقافة على أنّها نظام متكامل يشتمل على كلٍّ من المعرفة، والفن، والقانون، والعادات والتقاليد، والأخلاق، وغيرها من الأمور التي يكتسبها الإنسان بوصفه أحد أفراد المجتمع .

وحاول سايبر (Saper) وضع مفهوم شامل للثقافة، لذا وضع ثلاثة تعريفات تُكمّل بعضها البعض، وهي كما يأتي: أيّ صفة يتّصف بها الإنسان يكون مصدرها الإرث الاجتماعي- مجموعة من الأفكار والمعلومات والخبرات التي تنتشر في مجتمع ما بسبب التأييد الاجتماعي لها، ويكون أساسها التراث – مجموعة من الأفكار التي تدور حول الحياة، والاتجاهات العامة، ومظاهر الحضارة التي يتميّز بها شعب ما، وتُكسبه مكانة خاصة في العالم.

وترى ليزلي هوايت (WHITE) الثقافة على أنّها وسيلة تساعد الأفراد على تنظيم معتقداتهم، وقيمهم، ومعارفهم، وجميع الأشياء التي تعلّموها في حياتهم، والذي يُشكّل في النهاية أنماط سلوكهم. (انظر https://2u.pw/cL33S)

واستعملت أيضًا كلمة «ثقافة» في الأدبيات الأمريكية مرادفًا لكلمة «حضارة» civilization، لانطواء مفهومها على معنيين اثنين: أحدهما ذاتي هو ثقافة العقل، وثانيهما موضوعي هو مجموع العادات، والأوضاع الاجتماعية، والآثار الفكرية، والمنجزات الفنية والعلمية والتقنية، وأنماط التفكير، والقيم السائدة، أي كل ما يتداوله الناس في حياتهم الاجتماعية من مكتسبات تُحصّل بالتناقل والتعلم.

وتعدّ الثقافة مفهومًا مركزيًّا في الأنثروبولوجيا، تشمل نطاق الظواهر التي تنتقل من خلال التعلم الاجتماعي في المجتمعات البشرية. والممارسات الاجتماعية، والأشكال التعبيرية مثل الفن، الموسيقى، الرقص، الطقوس، والتقنيات مثل استخدام الأدوات، الطبخ، المأوى، والملابس هي بمثابة كليات ثقافية، توجد في جميع المجتمعات البشرية.

أما في اللغة العربية، فهناك تمييز واضح بين كلمة «حضارة» التي تدل على جملة المنجزات، والمكتسبات الإنسانية في كافة الميادين، وكلمة «ثقافة» التي تعني مظاهر التقدم الفكري والعقلي. وتتمثل الثقافة عند بعض الشعوب سيما العربية في أعرافهم القبلية الموروثة عن آبائهم، والتي تعد بمثابة القوانين التي تنظم حياتهم ومعتقداتهم، والتي هي بمثابة خط أحمر إذا تم تجاوزها. فهي مجموعة المعرفة المكتسبة بمرور الوقت. وبهذا المعنى، فإن التعددية الثقافية تقدر التعايش السلمي، والاحترام المتبادل يخلق التقبل بين الثقافات المختلفة التي تسكن نفس الكوكب. في بعض الأحيان، تُستخدم كلمة «الثقافة» أيضًا لوصف ممارسات معينة داخل

مجموعة فرعية من المجتمع، أو ثقافة فرعية، أو ثقافة مضادة. (ويكيبديا (https://2u.pw/PNZLKH

وحاول سابير (Saper) وضع مفهوم شامل للثقافة، لذا وضع ثلاثة تعريفات تُكمّل بعضها البعض، وهي كما يأتي: أيّ صفة يتّصف بها الإنسان يكون مصدرها الإرث الاجتماعي. مجموعة من الأفكار والمعلومات والخبرات التي تنتشر في مجتمع ما بسبب التأييد الاجتماعي لها، ويكون أساسها التراث. مجموعة من الأفكار التي تدور حول الحياة والاتجاهات العامة، ومظاهر الحضارة التي يتميّز بها شعب ما، وتُكسبه مكانة خاصة في العالم. ولمعرفة مزيدٍ من المعلومات حول موضوع ثقافة الشعوب يمكنك قراءة.(انظر ثقافة الشعوب https://2u.pw/cL33S)

ويرى بعض العلماء أن عناصر الثقافة تقسم إلى قسمين رئيسيين:

– عناصر مادية: وهي تتضمن كل ما ينتجة الإنسان من مخترعات حسية.

– عناصر غير مادية: تتضمن الأعراف والعادات، والتقاليد والقيم والأخلاق، وهي عناصر سلوكية التي يمارسها الفرد خلال حياته.

٣- أيديولوجية التعليم والثقافة:

لم يتوانَ المفكرون والأكاديميون ورواد المجتمع من بذل المحاولات لتوضيح العلاقة بين التعليم والثقافة، من زاوية ما يجمع بينهما. ولعل أول ما يجمع بينهما من خصائص هو التنمية المعرفية في سياق تكوين مترابط له

خصائصه، وتأثرهما معًا بأنماط المكتسبات الاجتماعية الأساسية، في إطار علاقات التكامل والتفاعل متبادل التأثير، وفضلًا عن ذلك، إذا كانت الثقافة تشتمل على أفكار وتصورات أخلاقية ودينية وجمالية وقانونية... إلخ، فبالمثل يشتمل التعليم، الذي أصبح مرادفه المعاصر التربية، على أفكار حول الموضوعات ذاتها؛ لكن الاختلاف في الشكل الذي صاغ من خلاله هذه الأفكار. وكلاهما يخضع لعوامل الثبات والتغير.

فالتعليم والثقافة هدفهما واحد وهو تحسين الحياة في هذا العالم عن طريق التكنولوجيا، وتهذيب النفوس والرفاهية أيضًا، لذلك يجب أن يساعد كل منهما الآخر. والمنبع الأكبر للثقافة يكمن فى التعليم، فالإنسان الأمي محدود الثقافة. وفي العلاقة بين الثقافة والتعليم يقول الدكتور حامد عمار "التعليم والثقافة توأم متطابق في توليد الطاقة المؤدية إلى تنمية الإنسان والمجتمع, وإن تنوعت الوسائل والمؤسسات وفئات المنتفعين لدى كل من الأخوين. إن كلًّا منهما نبع ينهل الآخر من مضامينه ورسائله ورموزه, كما أن كلًّا منهما مصب للآخر تلتقي فيه منتجاته وعوائده, ويجري ذلك في تبادل جدلي متصل لا تنقطع تياراته بين الرصيد الثقافي وحركته من ناحية, وبين مسيرة التعليم ومدخلاته ومخرجاته من الناحية الأخرى".

إن بناء الإنسان, كما يقول التعبير التربوي السائد, هو في جوهره ذلك (التمكين من ممارسة فعل الحرية والاختيار)، أو تلك هي (ذروة المقاصد الثقافية والتعليمية) كما يراها حامد عمّار. وإذا كان واقع الحياة الاجتماعية العربية المعاصرة أشد حاجة الآن من أي وقت مضى إلى نقلة

نوعية في منظومة التربية والتعليم، بوصفها ركيزة أساسية لأي جهد تنموي فاعل وشامل . حيث تتحول العملية التعليمية من (تحصيل كم معرفي واختبار الطالب في مدى استذكاره لهذا الكم المعرفي إلى قدرة على تحصيل المعرفة بالبحث الذاتي، وتوظيف المعلومة في التطبيق وربطها بالحياة)، ويتحول التعليم من كونه قضية خدمات إلى (قضية استثمار في البشر، وإعداد الأمة لإطلاق طاقات الإنتاج والإبداع والابتكار الكامنة فيها... وآلية للتقدم الاقتصادي في ظل التنافس العالمي القائم على تميز الإنتاج، واكتساب الأسواق).

(سليمان العسكري– مجلة العربي https://2u.pw/URTYck)

في عام ١٩٣٦ كلف عميد الأدب العربي د.طه حسين بإعداد تقرير، يتضمن رؤيته، لإصلاح التعليم.. فكتب تقريرًا عنوانه "مستقبل الثقافة فى مصر"، وهو الكتاب الذى نال اهتمام المختصين بشأن التعليم، فضلًا عن المفكرين والمثقفين.. فقد اختار العنوان "مستقبل الثقافة.."، ولم يختار "مستقبل التعليم.."، من واقع إدراكه الصلة الوثيقة بين التعليم والثقافة.. فلا توجد ثقافة بدون تعليم. فالتعليم ومستقبله هو لب هذا الكتاب.

ولهذا اهتم طه حسين في كتابه، برسم سياسة تعليمية متكاملة. فوضع يده على مفاتيح إصلاح التعليم، فالتحول العصري نحو التعليم والتربية، لن يحدث إلا بتغير في الثقافة السائدة في المجتمع

ولكى يحدث هذا التغيير لابد أن يخوض المجتمع مسارًا طويلًا من النضال ضد الأفكار القديمة البالية، التي تجعل المجتمع مختلفًا. ومسار التطوير يحتاج إلى دأب ومثابرة، فهي مهمة شاقة تحتاج إلى مساهمة المفكرين والمثقفين ووسائل الإعلام.

إن التعليم – في رأى طه حسين – هو أساس الثقافة وهو كيانها، فقام بعرض نظمه، وحدد مشكلاته ووضع لهذه المشكلات حلولًا. وأكد أن «التعليم» هو السبيل العملي؛ لأن يصبح المرء مثقفًا، وكان يقصد التعليم الجاد الذى ينشئ عقلية مبدعة فاحصة ناقدة، لا التعليم القائم على الحفظ والترديد، والذى يكرس الجهل والتخلف والتزمت..

يقول طه حسين: «إن الجامعة لا يتكون فيها العالِم وحده، وإنما يتكون فيها الرجل المثقف المتحضر الذى لا يكفيه أن يكون مثقفًا، بل يعنيه أن يكون مصدرًا للثقافة، ولا يكفيه أن يكون متحضرًا، بل يعنيه أن يكون منمِّيًا للحضارة، فإذا قصرت الجامعة في تحقيق خصلة من هاتين الخصلتين، فليست خليقة أن تكون جامعة، وإنما هى مدرسة متواضعة من المدارس المتواضعة، وما أكثرها، ولست خليقة أن تكون مشرق النور للوطن الذى تقوم فيه، والإنسانية التي تعمل لها، وإنما هى مصنع من المصانع، يعد للإنسانية طائفة من العلماء، ومن رجال العمل، محدودة آمالهم محدودة قدرتهم على الخير والإصلاح».

والعلاقة بين التربية والثقافة ديناميكية لا تتوقف عند زمان أو مكان، حيثُ تهدف مناهج التعليم لنقل الثقافة من جيل إلى جيل، بطريقة

حضارية حداثية تناسب الجيل المستقبل باستخدام وسائل تربوية متطورة تعمل على تعزيزها. وهي أيضا مسؤولية جماعية تقع على عاتق كافة أبناء المجتمع الواحد، الذين يعملون على حمايتها من التشويه أو الاندثار، لهذا يجب، استخدام وسائل تعليمية عملية حديثة تعمل على فهم وتبسيط مفهوم الثقافة. كذلك إنشاء مجموعة من المراكز الثقافية، التي تهتم بالثقافة والتوعية وتنمية الأبناء في آن واحد. ومن الضروري التنسيق مع الوزارات والمؤسسات ذات العلاقة بالشأن.

والمدقق في الرؤية يجد أن غياب التناغم والاتساق، والتكامل المنهجي بين منظومتي التعليم والثقافة في العالم العربي أدى حالة شديدة من التأخر العلمي والحضاري والمعرفي، وعدم القدرة على رسم أهداف تطابق القيم، وانعكس ذلك التأخر على كل مناحي حياتنا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.. هو ما يمثل انعكاسًا لهدر بشري، كما لو أن النظم التعليمية المتنائية عن الثقافة، ما زالت متمسكة بالطرق، والمناهج التقليدي غير متطور، ولا تسمح للطلاب بالابتكار والابداع، ومن ثم تخرج أنماطًا من المتعلمين أو الأميين الجدد، رغم أن التعليم هو المحور الأساسي الذي يمكن أن تدور حوله مشاريع إعادة إحياء كيان الأمة.

إن التلاقح الحضاري الذي ولّده انتقال المعلومة عبر الإنترنت قد رسخ قيم وثقافة البلد المصدِّر للمعلومة والتكنولوجية في آن واحد، وينشأ عن هذه الحتمية التكنولوجية حالة ما يسمى بالصدمة الإلكترونية التي سرعان ما تتحول بالبلدان المستوردة من الانبهار بالواقع الافتراضي إلى الاصطدام

بالواقع الحقيقي للبلد المصدِّر. ولعل من بين الأسباب القوية للتفاوت الرقمي بين دول الشمال والجنوب يحتل عامل الأمية المسؤولية، وأسهم في اتساع الهوة الرقمية. (محمد عبد الرحمن عريف–https://2u.pw/yD1sny)

وأمام ما يشهده العالم من ثورة معرفية وحضارية ومعلوماتية متواصلة الحلقات لم يشهدها من قبل التاريخ البشري للعالم، لم يعد بالامكان تكوين فرد إيجابي يتعاطى مع واقعه إلا بتحقيق ثورة شاملة في علاقة التربية بالمجتمع، وفي رأي د. نبيل علي أن "هذه الثورة محورها وركيزتها منظومة متناغمة ومتفاعلة للتعليم والثقافة, حيث تصبح الثقافة بكل فروعها وتجلياتها مكونًا أساسيًّا من مكونات محتوى نشاطنا التعليمي الهادف إلى تنمية بشرية فاعلة ومبدعة, وحيث يصبح التعليم بمخرجاته القادرة على توظيف المعرفة وإنتاجها، معينًا وزادًا تتجدد به الثقافة، وتعمق آفاقها".

فالعولمة بفرصها ومخاطرها ضمن ما يسمى "القرية الكونية المعلوماتية" ينبعي أن ننتبه لآثارها، ولا نغفل قيمتها، وتأثراتها المتنامية على كل أنشطة الحياة من حولنا. إننا نواجه عصرًا جديدًا لا يكون الصراع سياسيًّا أو عسكريًّا، بل على المعرفة والعلم.

أي علاقة تربط الإعلام الاجتماعي والرأي العام؟

يقصد بالإعلام الاجتماعي: "المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقَل بين طرفين أحدهما مرسِل، والآخر مستقبِل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسِل، وحرية التجاوب معها للمستقبِل".

أما التعريف الإجرائي للإعلام الاجتماعي: هي إحدى وسائل الاتصال الجديدة، من خلال شبكة الإنترنت، التي تسمح للمشترك أو المستخدم من التواصل مع الآخرين، وتقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات.

وثمة مفهومًا مرادفًا لمفهوم الإعلام الاجتماعي، يستخدم لوصف الأنشطة التفاعلية، التي يتبعها مستخدمو الإعلام الاجتماعي، الذين يستبدلون الأساليب التقليدية بالأساليب الجديدة فى الإعلام، وهو مفهوم الإعلام البديل، حيث اتخذوا مواقع التواصل الاجتماعي بديلًا عن الوسائل الإعلامية التقليدية، ويقصد بها "الموقع الذي يمارس فيه النقد. وتولّد أفكارًا وطرقًا جديدة للتنظيم، والتعاون والتدريب بين إفراد المجتمع، وربما يشير البديل إلى تناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية، والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل

والبطالة، وبين المعارضة والحكومة"، "ومن ثم يتضاءل البديل إلى إن يصبح نمطًا، للاتصال الجماهيري". وينحدر الإعلام البديل من مرجعية عفوية، وغير منظمة، تأخذ من مبدأ حرية التعبير والاستقلال عن كل الالتزامات الأيديولوجية، أو الاقتصادية القائمة دون أية قيود، وهو ما يشير إلى أن الإعلام البديل هو حصيلة مواقف فكريّة، تعمل بالاعتماد على قاعدة التشكل الذاتي. وبعيدًا عن النظرة القيمية، يجب أن نتعامل مع هذه الظاهرة الاتصالية، والاعتراف بها بحثيًّا، وتأطيرها ضمن تحولات المثل الجماعية، التي تشقها العديد من الإفرازات، ومنتجة لسلطات رمزية خصوصية.

ويمكن تحديد الإعلام البديل "الاجتماعي"، "كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتّصال". ويبدو أنّ الإعلام البديل، وبشكل ملموس، هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدّم مكوناته المختلفة، ليتعرفوا بعضهم على بعض، وليتحاوروا في ما بينهم، وهو الإمكانية المفتوحة لكلّ مواطن للدخول بحرية، وبفعالية للاتّصال مع مواطن آخر، أو مجموعة أخرى في جوٍّ من التسامح والاحترام المتبادل".

ويمكن أن تؤول هذه الآلية للإعلام البديل الفعلي إلى مستويات عدّة:

– البحث عن التفاعلية الحقيقية، "مشاركة الجمهور في فعل الاتصال".

– أنماط معالجة إعلامية تخرج عن الأمور المطروقة.

– لكلّ محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون معدة سلفًا من قبل المرسل.

– نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.

– يُعدّ متلقي الرسالة شريكًا جديرًا بالاستقلالية، وليس متلقيًّا سلبيًّا.

إن أهم ما يميز الإعلام الاجتماعي هو استقلاليته، وقدرته على التعبير الحر المستقل، بعيدًا عن قيود الرقابة وسلطة رأس المال، والقوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام، التي تتحكم في وسائل الإعلام التقليدية، وتتدخل في صياغة وتحديد ما يُقال، ومتى يُقال.

وتعتمد وسائل الإعلام الاجتماعي على المكان الافتراضي، فلم تعد هناك حدود مكانية تفرض التزامات، قد تكون سياسية على مستخدمي هذا النوع من وسائل الإعلام، فالمضمون الإعلامي يتناقل بين المستخدمين أينما كانوا، ويحدث تأثيراته بغض النظر عن الأوضاع والظروف المكانية التي تؤطره، أو تسهم في تشكل مادته.

كما أن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي جسّد شكلًا جديدًا من أشكال الاتصال الاجتماعي، وأعطى مستخدميه فرصًا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة، إلا بشكل نسبي محدود، حيث أبرز حراك الشباب في المجتمع العربي – الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية– قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح

المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة للحياة السياسية، وإنذارًا لمنافسة الإعلام التقليدي. فمواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل في حقيقتها العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تشكيل الوعي الاجتماعي، والسياسي لدى الشرائح الاجتماعية المختلفة في نظرتها إلي مجتمعها والعالم.

فالمضمون الذي تتوجّه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل إنه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل إشكالياتها. ولكن لكي يحدث التغيير في المجتمعات العربية، لابدّ من أن يصاحبه تغيير في "الذهنيات والعقليات، وفي البنية الثقافية ككل حتى يتم التأقلم مع الأوضاع الجديدة".

وفي الواقع فإنه كلما حدث تغير قيمي أو مفاهيمي "إيجابي"، يحدث تغييرًا في الممارسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، تؤثر في البنية الاجتماعية. وتشكل تكنولوجيا الاتصال البنية التحتية لصياغة، ونشر ثقافة تفرض قيمها، بهدف ضبط السلوك الإنساني بما يتلاءم مع النظام العالمي الجديد، أي عوامل إنتاج معرفي.

ويتسم المجتمع الافتراضي بمجموعة من السمات أهمها:

– المرونة وانهيار فكرة الجماعة المرجعيّة بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدّد بالجغرافيا، بل الاهتمامات المشتركة، التي تجمع معًا أشخاصًا لم يعرف كلٌّ منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إلكترونيًّا.

– أنّها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرّد والثورة – بدايةً من التمرّد على الخجل والانطواء، وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسيّة.

– المجتمعات الافتراضية تتسم بدرجة عالية من اللامركزية، وتنتهي بالتدريج إلى تفكيك مفهوم الهويّة التقليدي. ولا يقتصر تفكيك الهويّة على الهويّة الوطنيّة أو القومية، بل يتجاوزها إلى الهويّة الشخصية؛ لأنَّ من يرتادونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة، ووجوه ليست وجوههم، وبعضهم له أكثر من حساب.

– في المجتمعات الافتراضيّة وسائل تنظيم وتحكّم، وقواعد لضمان الخصوصيّة والسريّة، قد يكون مفروضًا من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب، أو التبليغ عن المداخلات، والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة.

– لا تقوم المجتمعات الافتراضيّة على الجبر أو الإلزام، بل تقوم في مجملها على الاختيار.

– لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دورًا في تشكيل المجتمعات الافتراضيّة، فهي مجتمعات لا تنام، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضيّة على مدار الساعة.

– ومن سماتها وتوابعها أنّها تنتهي إلى عزلة، على ما تعد به من انفتاح على العالم، وتواصل مع الآخرين.

وقد نجح الإعلام البديل بأشكاله المختلفة في وضع الأفراد

المهمّشين، والمجموعات في علاقة اتصال في ما بينهم. وأيضًا رهانًا استراتيجيًّا، فهو لا ينفصل عن التنشيط الاجتماعي، إذ إنه في احترام الحرية الشخصية لِكُلّ فرد، فهو لذلك يستهدف تفعيل تجارب الحوار ما بين الثقافات، والإثنيات العرقية التي تتعايش، وهي تتصادم وتتجاهل بعضها البعض.

إن أهم إنجاز في الإعلام البديل هو الاهتمام بحق التعبير، مما أدى إلى استثارة غضب الكثير من الحكومات، وأصبحت تضع في حساباتها هذه الوسيلة. فتداول الأحداث ذات التوجه السياسي أرغم بعض الحكومات على اتخاذ قرارات، أو التراجع عن قرارات، بسبب الاحتجاج الجماهيري.

ويوجد أنواع لـ "المتلقين أو الجمهور"، الإعلام الاجتماعي البديل:

النوع الأوّل:

تمثله الطبقات الشعبيّة المهمشة، والذين يستعملون في العادة الشائعات والنكت الشعبية، والسياسيّة كإعلام بديل لها، ولما يوفره لهم من حصانة وعدم المساءلة القانونيّة؛ لأنّ عمليّة تناقل النكت والشائعات لا تتضمّن اسم منتجيها، فضلًا عن إمكانية تحويرها من متقبّل إلى آخر، ونصبح لا نميّز بين الراوي والمنتج.

النوع الثاني:

تمثله فئة النخب سواء أكانت منتمية للأحزاب السياسيّة، أم لمنظمات المجتمع المدني، أم كانت مجرّد شخصيات مستقلّة. ونظرًا لامتلاكها المستوى التعليمي والموقع الاجتماعي المتميّز، فإنّ إعلامها

البديل يكون عادةٍ أكثر تطوّرًا، وأكثر انسجامًا مع مستحدثات المجتمع الذي يعيشون فيه، لاسيما وأنّهم يشكّلون الركيزة الأساسية للمجتمع المدني.

النوع الثالث:

يتمثل في فئة النخب الشبابيّة المهمّشة؛ أي أصحاب الشهادات وخرّيجي الجامعات. وعرفت شكلين من التهميش، تهميش السلطة لها والمجتمع المدني، وذلك لحرمانها من المواقع الاجتماعية المرموقة سواء داخل المجتمع، أو داخل المجتمع المدني.

لقد أدت التطورات التكنولوجية المتسارعة إلى اتساع مساحة الإعلام الجديد إلى الحد الذي بموجبه بات فضاءً افتراضيًّا، تجري في ظّله الحوارات والنقاشات المتعلقة بالموضوعات، التي تهم الجمهور، ومنها الأزمات التي تحتل حيزًا كبيرًا من اهتمامات الجمهور.

وبعد أن أصبحت وسائل الإعلام الجديدة، هي الفاعل الرئيس في تعبئة الشارع العالمي والمحلي، وبعد أن تفككت سيطرة الدولة القطرية بمختلف درجات تطورها الدعائي، وبعد أن أنتج هذا الإعلام أشخاصًا وجماعات يمكنهم استعمال هذا الإعلام، لتشارك المعلومة وطبيعة التأثير على تشكيل الرأي العام، وطبيعة المساهمين فيه. فالحادث أنه بعد ثورة المعلومات العالمية برزت ثلاثة عناصر رئيسة، أثرت على الرأي العام، وهي المعلومات، والفضاء الإلكتروني، والطابع الإلكتروني للمعلومات، فالمعلومة هي محور ثورة المعلومات، وهي التي دارت حولها الاكتشافات التكنولوجية،

وتتنافس على مدى سرعة استقبالها وإرسالها، أما الفضاء الإلكتروني فهي الصورة الافتراضية، التي بدأت تتنامى في عقلية الانسان، عامًا بعد عام، عن وجود عالم افتراضي رقمي، يتم التبادل والتعامل والتعارف من خلاله على الآخر، ويتم البيع والشراء ومعاملات الحياة الأخرى.

لذا فإن الإعلام الجديد بصورة عامة بات ذا مكانة بارزة في بناء الرأي العام والتحكم فيه، من خلال نظم تسيير هذه المواقع، التي توجّه الرأي العام حسب ما تمليه الاحتياجات الخاصة بها، لكن يبقى لنا أن نقول بأنّ عملية التوجيه، وبناء رأي عام من لدن مواقع التواصل الاجتماعي، ليست بالضرورة سلبية، بل هي بحاجة إلى ترشيد وتوجيه وضبط.

تخطي الحدود والحواجز

إن ميدان الإعلام والاتصال بحكم طبيعته القابلة بشكل تلقائي؛ لتخطي الحدود وعبور الحواجز، وبحكم كونه أيضًا ساعد بشكل كبير في تشريع عملية تناقل السلع، والخدمات والأشخاص والمعارف، وإدماج جماعات معينة في جماعات أخرى مخالفة لها، يعد أبرز مادة للعولمة، وأداتها الرئيسية.

ويتجلى دور الاتصال في تناقل السلع والأشخاص، والمعارف أساسًا في ما تقوم به شبكات الاتصال بربط مواطن بمواطن آخر، فالطالب الجامعي بإمكانه أن يسجل نفسه بجامعة أو معهد معين خارج أرض وطنه عن طريق شبكات الإنترنت، والشركات تقدم طلبات العروض في صفقات معينة عبر مواقع إلكترونية، أو عبر الفاكس لشركات أخرى عالمية خارج

نطاق حدودها الجغرافية، كما أن مجموعة من الشباب يمكنهم العثور على فرص شغل خارج أوطانهم عبر شبكة الإنترنت أو التلفزيون، وهذا ما يدل على أن شبكات الاتصال تلعب دورًا هامًّا في هذا التبادل العالمي الكبير للمعارف والمعلومات والسلع والأشخاص.

والمقصود بشبكات الاتصال هي تلك الشبكات، التي أقامت البنى التحتية لإنتاج وتداول المعلومات (الاتصالات تحديدًا)، وتلك التي عملت على استغلالها وترتيبها وتخزينها (المعلومية أساسًا)، إضافةً إلى تلك التي مررت لها بالكلمة والصوت والصورة (شبكات السمعي/ البصري) وما يستتبعها من إنتاج وبرمجة، وما سواهما.

من خلال هذا التعريف تتضح لنا بشكل جلي الصورة، ونعرف ما المقصود بشبكات الاتصال، وهي أساسًا ثلاث مكونات: الاتصالات وشبكة الإنترنت، ووسائل السمعي البصري (التلفاز والراديو)، وما يميز هذه الشبكات، هو كونها وصلت إلى درجة الكونية، التي كانت دائمًا تسعى إليها باقي أنواع العولمة كالتجارية والعلمية والثقافية، والمقصود هنا هو تلك الأحجام الضخمة من المعطيات والمعلومات والمعارف، التي تنتقل يوميًّا، وبشكل متواصل عبر الشبكات الإلكترونية، وبالإنترنت خصوصًا، وكذلك ذاك الكم من تيارات الأخبار والمعلومات الواردة عبر وسائل البث العابرة للقارات، وفي طليعتها القنوات الفضائية الدائمة الإرسال، والمتاحة لكل البشر في هذا العالم.

إن عولمة الإعلام والاتصال، هي عملية متحررة بشكل نهائي من كل

القوانين، والتشريعات على خلاف العولمة الاقتصادية مثلًا، حيثُ أن عمل الشركات الأجنبية في دول ما تنظمه القوانين والتشريعات، عكس عولمة الإعلام والاتصال التي وسعت مجال عملها، ليطال الكون بمجمله رافعة شعار التحدي، في وجه الدولة، وما تسنّه من موانع، وتحديدات، ويرجع السر في هذا إلى عاملين أساسيين، هما:

أ – قطاع الإعلام والاتصال يحتكم في عمله إلى شبكات، وتكنولوجيا تغطي الكرة الأرضية (بالسوائل)، وتسقيها بالمباشر الحي بما تسنى لها بثه.

ب – قطاع الإعلام والاتصال ينتمي إلى فصيلة التكنولوجيا اللامادية، التي تسمح بتنقل المعلومات والمعطيات والمعارف على شكل بتات، يصعب على الدولة كيفما كانت أن تمنع ذلك، أو تراقب أو تفرض أي من وسائل الرقابة.

ومن ثم فالاتصال هو أداة العولمة ووسيلتها وسلاحها، وهو الذي يفسح لها الطريق. ومن الضروري لدى الحديث عن كيفية انتشار العولمة عن طريق أداتها الأولى؛ أي الاتصال، أن نحدد تلك الكيفية من خلال استعراض مكونات شبكات الاتصال الثلاث الأساسية، وهي الاتصالات، الإنترنت، ثم أخيرًا التلفزيون باعتباره أبرز وسيلة سمعية بصرية.

التواصل والتفاعل والمشاركة دون خوف

ساعدت تكنولوجيا المعلومات والاتصال الرقمية على ربط التواصل بين الشعوب بمختلف توجهاتها الحضارية، متجاوزة بذلك الحدود السياسية

والجغرافية، والعزلة الحضارية التي كانت تعيشها معظم المجتمعات البشرية، إذ يشهد عالمنا المعاصر تحولات كبيرة في تكنولوجيا الاتصال، تؤثر في العلاقات السياسية والاقتصادية، وفي أنماط التفكير في المجتمعات المختلفة، وقد قامت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، ولا تزال بدور فعّال في إمداد الإنسان بكثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات، مساهمة بذلك في تشكيل وعيه وبإعداده، ليكون أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، فهي تقدم تعلم اللغات، وتسهم في ترجمة المعلومات من اللغة العربية وإليها، بغرض تسهيل عملية التواصل بين الشباب، وإزالة الفوارق الحضارية، فضلًا عن تميز هذه الشبكات بعدة مميزات منها التشاركية والتفاعلية، والحضور الدائم غير المادي.

ويرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عالم الاجتماع جون بارنز، في عام ١٩٥٤، فالشبكات الاجتماعية بشكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية، التي كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول، باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة، وساهم ظهور شبكة الإنترنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي، وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتها التي تسمى وسائل الإعلام الاجتماعية عبر الإنترنت، المبنية على التطبيقات التي تركز على بناء شبكات اجتماعية، أو علاقات اجتماعية بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة، أو النشاطات المشتركة.

ويعيد الباحثان بويد وإليسون تاريخ أول مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تُعد الأشهر ضمن وسائل الإعلام الجديد، إلى العام ١٩٩٧؛ بإطلاق موقع "سكس ديجريز" (Six Degrees). ورغم قدرة الموقع على استقطاب ملايين المستخدمين، إلا أنه اضطر إلى التوقف في العام ٢٠٠٠. وإذ يعزو مؤسس الموقع، أندرو وينريك (Andrew Weinreich)، عدم نجاح مشروعه إلى كونه "جاء سابقًا لأوانه"، إلا أن هذه الفترة شهدت انتشارًا كبيرًا لمواقع التواصل الاجتماعي، تنوعت بين مواقع عامة، وأخرى خاصة بفئات اجتماعية وقومية ولغوية وإثنية ودينية وسياسية محددة، وأخرى خاصة بالأعمال، وصولًا إلى مواقع خاصة بالحيوانات الأليفة، لاسيما القطط (Catster) والكلاب (Dogster). كما عمد كثير من المواقع القائمة سابقًا إلى تطوير خصائصه للدخول في إطار مواقع التواصل الاجتماعي، والمنافسة معها.

وبتتبع تطور مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن ملاحظة ثلاثة أدوار رئيسة عامة لها، قد يكون كل منها سمة خاصة مميزة لبعض المواقع، كما قد تكون متداخلة في بعضها الآخر:

- التعارف الاجتماعي/ العاطفي، مثل موقع "ماتش" (Match).
- التعارف المهني، من قبيل "لينكدإن" (LinkedIn).
- الدور السياسي (الإعلام الجديد)، مثل "فيسبوك" (Facebook).

وقد أدى تزايد عدد المشتركين في تلك الشبكات الرقمية إلى تصاعد

تأثيرها، ودورها في المجتمع والتحولات الجارية، وزيادة مستوى منافستها لوسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام، حول العديد من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فقد استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، إبراز الأحداث الجارية في العالم بصورة أكثر فاعلية من الإذاعة والتلفزيون، وغيرهما من الوسائل الإعلامية.

وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعي، أو شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية أساسًا على التمثيل، بحيث يكون لكل مستخدم ملف شخصي، وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار، والنشاطات والأحداث والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية.

وكان أول مواقع للتواصل الاجتماعي ظهرت في الولايات المتحدة على شبكة الإنترنت، في شكل تجمعات هو Theglobe.com، عام ١٩٩٤، ثم تلاه موقع Geocities في العام نفسه، وتلاهما موقع Tripod بعام بعد ذلك، حيث ركّزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة، باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدوّنات، في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني، وأهمها موقع Classmates.com، الذي يهتم بربط الاتصال بين زملاء الدراسة السابقين، عام ١٩٩٧، وموقع Six Degrees.com الذي يركّز على الروابط غير المباشرة، الملفات الشخصية للمستخدمين،

الرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمة أصدقاء، كما ظهرت عام ١٩٩٩ نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي تقوم أساسًا على الثقة والصداقة، حيث شملت التحديثات منح المستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال.

وخلال الفترة ما بين ٢٠٠٢ و ٢٠٠٤ بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقع Friendster وموقع My space عام ٢٠٠٣، ثم تلاه موقع Bebo، حيث كان موقع الأكثر شعبية My space عام ٢٠٠٥، كما برز موقع Facebook الذي أنشأه مارك زوكربيرج، عام ٢٠٠٤ ليجمع زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكية، وأصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية، لاسيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة الأمريكية.

أصبحت وسائل الاتصال والإعلام الرقمية من ضرورات الحياة، وهي بمنزلة حلقة الوصل بين كل مؤسسات ومقومات ومكونات البناء الاجتماعي، وعلى عاتقها تقوم عمليات شرح وتقديم ما لدى كل مؤسسة اجتماعية للأخرى، إذ تؤدي وسائل الإعلام دورًا بالغ الأهمية والخطورة في تشكيل الرأي العام، وفي تعبئة الجماعات، وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيًّا، أو غير متجانسة ديموجرافيًّا.

وقد زادت التطورات التكنولوجية الهائلة من قدرة وسائل الاتصال الرقمية في تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير، وتوجيهها نحو آراء وأفكار معينة. وساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية، ومن ثم التأثير على تصور المواطن للسياسة.

وتتخذ هذه الشبكات موقفًا فريدًا في هذه العملية، إذ تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام، فوسائل الاتصال تمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرار.

ويقول بعض الخبراء: تؤثر وسائل الإعلام في السياسة من وجهتين يرتبط بعضهما ببعضٍ أشد الارتباط؛ ترتكز الوجهة الأولى على تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام، الذي يؤثر بدوره في صانعي القرار، أما الوجهة الثانية فترتكز على تأثير وسائل الإعلام المباشر على صانعي القرار، بتوفير المعلومات والأفكار والصور المختلفة التي تشكل رؤيتهم للعالم.

ويختلف تأثير وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام تبعًا للبيئات الاتصالية، التي تتم من خلالها عمليات التلقي، إذ تختلف باختلاف وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية، فلكل وسيلة إعلامية عدد من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى، وتكرار التعرض لوسائل الاتصال يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام، وقد تميزت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية

بقوة التأثير؛ لأنها جمعت كل مزايا وسائل الاتصال التقليدية (المقروءة والمسموعة والمرئية) في الرسالة التي تقدمها.

وهناك عدة متغيرات يتم من خلالها فهم تأثير نوع الوسيلة الإعلامية، التي تقدم من خلالها الرسالة على أسلوب معالجة المعلومات، وتشكيل الاتجاهات، ومن هذه المتغيرات، ما يتعلق بالرسالة مثل: قابلية الرسالة للفهم، وحيوية الرسالة، وقوة البراهين.

ويقصد بمتغير الحيوية هو المعلومات الحيوية التي تجذب، وتحافظ على انتباه الأفراد لكونها معلومات ملموسة، ومثيرة للخيال وقريبة زمنيًّا ومكانيًّا وحسيًّا، وبناءً على ذلك؛ فإن المعلومات المقدمة من خلال الإذاعة والتلفزيون، تُعدُّ أكثر حيوية من تلك المقدمة من خلال الصحافة المطبوعة، والمعلومات المقدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، التي أصبحت أكثر حيوية من المعلومات المقدمة من الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون.

ومن المفترض أن تكون المعلومات الأكثر حيوية هي الأكثر تأثيرًا في تشكيل اتجاهات الرأي العام، ذلك لأن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، ومن ثم التلفزيون يُعد أكبر من تأثير الإذاعة والصحيفة المطبوعة، فضلًا عن تفوق هذه الشبكات على وسائل الإعلام الأخرى، لكونها أدوات اتصال تفاعلي متزامن وغير متزامن، تضمن وصول رسائلها إلى الجمهور بسرعة فائقة.

وقد أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي دخول فاعلين جدد في المشهد الإعلامي، بعد أن كان محصورًا في النخب؛ إذ أصبح هؤلاء قادرين على

التأثير في الرأي العام، ومخاطبة الجماهير بلغة قريبة إليهم. وسواء اتَّفقَ البعض مع ما يطرحه هؤلاء المؤثرون أم لم يتفق، فإن الواقع يشهد أن المتابعين للمحتوى، الذي تقدمه عدد لا يستهان به، ويحتاج إلى دراسات معمقة لمعرفة أسباب انجذاب الجمهور نحو ما يقدمه بعض الفاعلين في «الميديا الاجتماعية»، إذ نرى أن هناك من يقدم محتوى غير جيد، ومنافيًا للأخلاق الإسلامية وآداب المجتمع، ومع ذلك يجد رواجًا لدى بعض فئات الجمهور.

والسؤال: لماذا غدت شبكات التواصل الاجتماعي أكثر قبولًا للرأي العام من الإعلام التقليدي السمعي والبصري، على رغم تقديمهما مضامين متشابهة من حيث السرعة والبث؟

لقد أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي ميزة جعلتها في موقع الصدارة لدى الجمهور، وهي ميزة التفاعل الآني واللحظي مع ما ينشر، بخلاف الإعلام التقليدي السمعي والبصري، الذي بدأ يشهد تغيرات في هذا المجال، لكنه ما زال دون المستوى في إتاحة التفاعل السريع من الرأي العام فيما يقدمه من محتوى.

ويمكننا القول: إن «الميديا الاجتماعية» أصبحت بمنزلة مطبخ جديد لصناعة، وتوليد رأي عام جديد في القضايا والمواضيع، وهي أداة فاعلة لا يمكن إغفالها، ولاسيما أنها تشهد مزيدًا من الإقبال، والداخلين الجدد إليها من الجمهور بمختلف فئاته وأعماره ومستوياته.

وإن ميزة التفاعل السريع والآني أنهت المقولة السائدة «إن العالم أصبح قرية صغيرة»، وأصبحت هذه المقولة جزءًا من التاريخ. إن من يريد

أن يكون له حضور ناجح في «الميديا الاجتماعية»، فعليه أن يدرك حقيقة مهمة، وهي أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت مع الوقت تقدم منتجات، جزء منها أفكار، لذلك فإذا أرادت المؤسسات الحكومية، على سبيل المثال، والشركات الكبرى الدخول إلى هذا المجال والمنافسة فيه، فعليها أن تدرك تلك الحقيقة، وتقدم منتجات حقيقية ترقى إلى ذوق الجمهور المستهدف، وأن تتفاعل مع الرأي العام، ولا تكتفي بنشر منتجاتها في قوالب معلبة وجاهزة لم يعد الجمهور يهتم بها.

لكل صناعة استراتيجيات، ومنها صناعة الرأي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدم عدد من الحكومات والجهات والشركات شبكات التواصل في مجالات عدة، لتسويق أفكارها ومنتجاتها وطرحها بأساليب مختلفة، نجح بعضها في جذب الجمهور، وأخفق البعض الآخر.

إن أحد أهم الاستراتيجيات المستخدمة في صناعة الرأي العام عبر شبكات التواصل الاجتماعي، هو التركيز على معرفة حاجة الفئات المستهدفة، وكيفية بلورة المنتج والفكرة، وصياغته لتقديمه للجمهور بطريقة تجعلهم يتفاعلون معه، ويقدمون آراءهم فيه، بحيث تكون ورش عمل مفتوحة لصناعة الرأي، تتيح للجهات والشركات والمؤسسات معرفة اتجاهات المجتمع وآرائه، وملاحظاته على المنتج أو الفكرة المقدمة، وهي بهذا تقدم خدمة مجانية للجهات، للوقوف عن قرب، ومتابعة الحدث، والتفاعل معه في شكل آني ولحظي، أكثر من أي وقتٍ مضى.

وفي هذا الإطار يمكننا أن نحدد أهم الأدوات الأساسية في الإعلام

الاجتماعي، والتي سوف تركز عليها الدراسة في: الفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب، باعتبارها أهم وسائل الإعلام الاجتماعي، وأكثرها انتشارًا وتأثيرًا في كثير من الشرائح والفئات الاجتماعية.

الفصل السادس

هل تغتال شبكات التواصل الاجتماعي المواطنة والهوية؟

شهدت البشرية عبر تاريخها ظهور العديد من الاختراعات التي أثرت تأثيرًا جذريًا على حياة الناس، وتعد شبكة الإنترنت أحد الاختراعات الحديثة التي استطاعت بقدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة. واستطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم، وطريقة أداء الشركات لأعمالهم. كما أنها غيرت مفهوم العمل التطوعي، والكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم.

وشبكات التواصل الاجتماعي هي أحد أذرع ثورة الاتصالات الحديثة، لما لها من قدرات اتصالية وتأثير اجتماعي.

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الإنترنت، والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (Web2) حيث تتيح التواصل بين مستخدمها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم، وفقًا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة- بلد- صحافة- شركة...), بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر، كإرسال الرسائل أو المشاركة في

الملفات الشخصية للآخرين، والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي تكون متاحة للعرض.

وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام، وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين؛ مثل شبكات المحترفين، وشبكات المصورين، وشبكات الإعلاميين.

وتعرف موسوعة ويب اويبيديا الشبكات الاجتماعية بأنها: "عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة معروضة، ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية. مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تستخدم لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي، مجموعات النقاش الحي، غرف الدردشة وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية.

ويوجد حاليًا على الإنترنت أكثر من ألف موقع للشبكات الاجتماعية، وتتمثل أهم تلك الشبكات الاجتماعية في المدونات والمنتديات، إضافة إلى مواقع عديدة مثل الويكي Wiki، والفيسبوك وتويتر، إضافة إلى تلك التطبيقات التي قدمتها بعض الشركات الكبرى لدعم الفكر الاجتماعي في التفكير والمشاركة مع مستخدمي مواقعها مثل جوجل وياهو، واللذان اهتما بالتحرير الجمعي والكتابة، وبتنفيذ العروض المشتركة، ومواقع خدمات وتخزين الصور وإعادة عرضها وإرسالها مثل فليكر Flicker ونشر مقاطع الفيديو

مثل يوتيوب YouTube، وغيرها من الخدمات والتقنيات التي تجد اهتمامًا فرديًّا مع تبادل المشاركة والنشر بين المستخدمين.

لقد أحدث هذا الاختراع انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير، وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان، وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت وتكونت حولها الجماعات، مستفيدة من سهولة استخدامها، والمشاركة فيها دون خبرات تقنية، أو تكاليف مادية يرى البعض أنها سوف تؤدي إلى بزوغ "فكر كوكبي" يعمل على تغيير العالم.

إن الفكرة الأساسية التي نشأت في ظلها شبكات التواصل الاجتماعي هي عالمية الاهتمام، أي أن التفاعلات تتم على خلفية السياق العالمي، ولكن تتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي، وذلك وفق عدة متغيرات:

أولًا- المتغيرات الاجتماعية: وذلك من خلال:

– تكوين الصداقات: فقد سهلت هذه الشبكات تكوين الصداقات من منطلق مشاركة الاهتمامات عبر الفضاء المعلوماتي، وعلى الصعيد العالمي، مساهمة بذلك في تأسيس رأس مال اجتماعي يمكن أن يتيح الإمكانية لفرص يتأرجح مداها بين السياق الواقعي والسياق الافتراضي.

– الجماعات: حيث سمحت الشبكات أن تجمع في طياتها الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة، ومن الممكن أن تؤسس هذه الجماعات بين أفراد المجتمع المحلي، أو يتم الاشتراك فيها على مستوى الصعيد العالمي.

ثانيًا- المتغيرات السياسية:

إن الشأن السياسي أصبح متغير أساسي بالنسبة للشبكات الاجتماعية، إذ ساهمت هذه الأخيرة في تأرجح التفاعلات السياسية بين العالم الواقعي والعالم الموازي، ويتضح ذلك من خلال:

– تعبئة الرأي العام: حيث تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورًا فعالًا في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية، مثلًا أصبحت تمثل مجالًا لحشد الجماهير في الاحتجاجات والتشجيع على الإضرابات محليًّا، وكذا فتحت المجال للدعاية الانتخابية، وطرح البرامج الانتخابية، إذ نجد على مستوى الفيسبوك تكوين جماعات لنشر البرامج الانتخابية، وكسب التأييد الشعبي، وهنا يتجلى بوضوح التقاطع بين العالمية والمحلية.

– ظهور المواطنة الافتراضية: حيث فتحت الشبكات الاجتماعية مجالًا لممارسة قضايا المواطنة عبر الإنترنت، والتي أطلق عليها مصطلح المواطنة الافتراضية "Virtual Citizenship" التي ارتبطت بالبعد السياسي في مناقشة حقوق وواجبات اجتماعية سياسية النشأة، خاصة في ظل التوترات التي تعاني منها الدولة القومية العربية، أين تقلص الاهتمام بالحقوق السياسية في السياق الواقعي؟، وهنا يتجلى دور المجتمع الافتراضي الذي تنمو من خلاله المطالبة بالحقوق السياسية، وسحب القضايا من الواقع إلى العالم الافتراضي، الذي يعد بوابة جديدة لتكريس المواطنة.

– تفعيل دور المجتمع المدني: حيث تسهم في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني، إذ عمد أكثرها على الصعيد القومي إلى فتح قواعد في المجتمع

الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية؛ للترويج لبرامجها، وزيادة كسب تأييد الجمهور لها، والتواصل بين أفرادها.

أثرت شبكات التواصل الاجتماعي مع انتشارها وتطورها حركة ديناميكية، على طبيعة العلاقات الاجتماعية، ورفع من وتيرة مشاركة الفرد في الحياة السياسية، خاصة بعد موجة التحول الديمقراطي العربي والتغيير السياسي، والتي ساهمت في ميلاد هوية وطنية للفرد تُساير وتُعزز مبادئ الديمقراطية والتحرر، بالمقابل خلقت هذه الشبكات أمام إلغاء فوبيا الزمان والمكان، وسيطرة العالم الافتراضي بخصائصه التي تؤكد أيديولوجيا نشأة هذه الشبكات موضة شبابية لا أكثر، عزلت الفرد عن قيمه الوطنية، وهويته العربية، خاصة في ظل ظهور المواطنة الافتراضية العالمية غير المتأصلة، وفقدان الأفراد ثقتهم في حكومات دولهم، وبالضبط تلك التي تشهد حالة عدم الاستقرار السياسي، أو الفشل في بناء الدولة الديمقراطية.

ورغم الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تتهمها بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، فإن هناك من يرى فيها وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، وتعزيز قيم الولاء والهوية والانتماء، خاصة في ظل دورها الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجعة في حركات التغيير الجماهيري.

بالمقابل أصبح الفرد في هذا العصر يعيش عصرًا تتضارب فيه القيم، يصعب فيه الإجماع على معايير سلوكية موحدة، فهو يزعم التوحد كونيًّا،

لكنه يتشرذم داخليًّا بفعل تعددية النظم القيمية، وتصادم الكثير منها مع هويته الوطنية أو القومية، ولا شك أن هذا التنوع في أساليب الحياة يجعل من العسير الحديث عن وحدة الهوية وتماسكها، وهذا بدوره يولد حالات من الصراع داخل فئة الشباب، بفعل تعدد الأنظمة الإدراكية، وصعوبة التكيف معها.

وإذا اعتبرنا أن الهوية الوطنية ليست ثابتة، ولكن تتغير باستمرار، وتقوم معظم الحضارات بإعادة ترميمها، وتعريفها شعوريًّا أو لاشعوريًّا لتتعايش مع واقع معين، أو هروبًا من تهديد ما، أو للحصول على مكاسب تضمن بقاء النوع البشري على قيد الحياة، وحتى إنْ خسرت تلك الثقافات الكثير من مكوناتها، أو تم تغييرها جزئيًّا، أو دمجها مع غيرها، حيث تتكيف الهوية لتحقيق التوازن بين الماضي والحاضر أو الحلم أو الطموح المستقبلي، أمام هذه الحقيقة، وفي زمن فرضت فيه العولمة منطقها على العالم، وتعرضت فيه الثقافات الوطنية وخصوصيات الأمم والشعوب إلى اختراقات وتشويهات من قبل الطوفان الإعلامي والثقافي العالمي، تُطرح إشكالية الهوية الوطنية بقوة، وتطرح أزمة الهوية العربية، ومدى تكيفها مع الموجة التكنولوجية، والرسالة الإعلامية للشبكات الاجتماعية، لأن الأمر يتعلق بموضوع استراتيجي يهم كيان الأمة العربية ووجودها وتاريخها وحاضرها ومستقبلها.

ويرى "ماكلوهان" أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب، ليس فقط في التنظيم

الاجتماعي، وإنما في الحواس الإنسانية أيضًا، وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية، التي تطرأ على المجتمعات فأي وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه، فكاميرا التليفزيون تمد أعيننا، والميكروفون يمد أسماعنا، والآلات الحاسبة توفر الجهد العقلي، وتؤدي إلى امتداد الوعي.

وهذا هو حال تأثير شبكات التواصل الاجتماعي التي ارتبطت بها – إلى حد كبير جدًّا – حالة التغيير في نمطية الحياة المعاصرة على مختلف المستويات.

وللوقوف على كيف تسهم الشبكات الاجتماعية في تكريس وبناء الهوية العربية؟ يجب الوقوف على المتغيرات التي أثرت بشكل كبير على حالة الهوية العربية، من الناحية الإيجابية من خلال:

١- تنمية الوعي السياسي والاجتماعي:

إن تشكيل الوعي السياسي يعتبر المرحلة الأولى من مراحل المشاركة السياسية، بالإضافة إلى التنشئة السياسية، ومن ثم يعتبر ارتفاع مستوى وعي الأفراد، وخاصة الشباب بمتغيرات الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، مطلب أساسي لتحقيق المشاركة السياسية الفعالة.

إن وظيفة التنشئة السياسية، وتشكيل الوعي السياسي هي من الوظائف التقليدية للقوى السياسية، كالأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني، لكن أمام عجز هذه الأخيرة عن القيام بهذا الدور، بسبب

غياب الديمقراطية الحقة في إدارتها، أو بسبب الرقابة التي تفرضها عليها الأنظمة، ساد نفور أفراد المجتمع، وخاصة الشباب منها، وحلت محلها وسائل المجتمع الافتراضي، وبالضبط الشبكات الاجتماعية التي تولت القيام بتشكيل الوعي السياسي والاجتماعي للأفراد.

فالوعي السياسي هو إدراك الفرد للشؤون السياسية بمتغيراتها وأبعادها المختلفة، ومدى قدرته على تحليل وتغيير الواقع السياسي، وهو يتضمن مجموعة المبادئ والقيم والاتجاهات السياسية التي تتيح للفرد المشاركة في حل مشاكل مجتمعه وتحديد موقفه للأوضاع والقضايا السياسية السائدة، فإن المتتبع لوظائف شبكات التواصل الاجتماعي، سيجد أنها تساهم بشكل فعال في تشكيل وعي الأفراد عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية، وتدعيم ثقافتهم السياسية، نحو التأصيل أو التغيير، هذا من جهة.

ومن جهة أخرى إذا كان الوعي السياسي هو النتيجة النهائية للتنشئة وللثقافة السياسية، فإن تدعيم قيم ومبادئ الهوية الوطنية والعربية يكون عند مستوى التنشئة والثقافة السياسية قبل تشكيل الوعي السياسي، وهنا نلمس التقارب بين الوعي السياسي والهوية، التي أصبحت في ظل ظهور المجتمع الافتراضي تحت رحمة الإعلام البديل، التي تأخذ شبكات التواصل الاجتماعي فيه الحيز الأكبر، وهنا يقول الباحثون: إن الإعلام هو أداة استراتيجية لحماية الهوية الوطنية والتعبير عنها، فهو مطالب بالتفاعل الإيجابي مع كل ما هو محلي وأصيل، والتفاعل مع مشكلات وهموم الشارع بكل موضوعية ومسئولية وبحرية، كما أنه مسؤول

على حماية المواطن دينيًّا وثقافيًّا وتاريخيًّا واجتماعيًّا وقيميًّا وأخلاقيًّا، وهذا من خلال تزويده بالمادة الإعلامية والسياسية والثقافية الهادفة التي تساعده في تكوين نفسه سياسيًّا واجتماعيًّا ودينيًّا، حتى يكون مواطنا صالحًا مسؤولًا يعرف ما له وما عليه، ويعرف كيف يتفاعل بمسؤولية مع ما يصل إليه من منتجات إعلامية وثقافية من جميع أنحاء العالم.

لا شك أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر وبدرجة كبيرة في تعزيز قيم المواطنة والانتماء، التي تعتبر من أهم مقومات الهوية الوطنية العربية من خلال مجموعة من التأثيرات:

– احترام التعددية السياسية والاجتماعية والفكرية، كعامل قوة يضمن وحدة وتماسك المجتمع العربي.

– تأكيد أهمية قيم (الولاء والانتماء والوطنية)، واحترام الآخر.

– ترسيخ القيم والعادات الإيجابية التي تسهم في تقدم ثقافة المجتمع العربي.

– تزويد أفراد المجتمع بالمعلومات الصحيحة عن تاريخهم وحضارتهم وانتمائهم العربي.

– تشجيع الحوار بين الثقافات والحضارات الهادف لنشر الثقافة والقيم الوطنية العربية.

– تكوين الشخصية الوطنية، والدعوة إلى التمسك بالانتماء للهوية الوطنية والعربية.

وإذا كان الإعلام البديل قد أثر على كافة مناحي الحياة، فقد لعبت شبكات التواصل الاجتماعي أيضًا دورًا بارزًا في تأثيرها على المجال الاجتماعي، بالإضافة إلى السياسي والاقتصادي، وفي هذا الشأن يرى العديد من الباحثين أن الوعي الاجتماعي، باعتباره محصلة تفاعل الأشخاص في واقع اجتماعي معين، وانصهار مدركاتهم وتصوراتهم وأحاسيسهم الذاتية أو الموضوعية في صيغة حقائق معرفية، وقناعات إيمانية، وتصورات ومسلمات، وميول ومشاعر، واتجاهات وأنماط سلوك جماعية تعكس معطيات ذلك الواقع الاجتماعي الكائن، بما يشتمل عليه من أبعاد ومتغيرات، فإن هذه الشبكات الاجتماعية أظهرت قدرات كبيرة في هذا المجال، من خلال قيام الشباب بإنشاء صفحات خاصة لهم على هذه الشبكات يتبنون فيها قضية اجتماعية تقع في دائرة اهتماماتهم، فيعملوا على نشرها، والدفاع عنها باستخدام وسائل التواصل والدفاع والضغط.

وهكذا يتبين للمتابع شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تحقق بناء الوعي الاجتماعي، وتكريس قيم الهوية العربية من خلال مراعاة عدة أهداف:

– أن تنمي الشبكات الاجتماعية الإحساس لديه بأهمية المشاركة الاجتماعية.

– أن قوة المجتمع وتطوره واستقراره مرهون بثبات قيم الهوية العربية، كالانتماء الحضاري، والثقافة العربية التاريخية.

– أن يدرك الشباب العربي أهمية دوره في المجتمع من خلال الحقوق والواجبات.

– أن ينمي الشاب الإحساس بالمسؤولية نحو الذات كمن خلال الاشتراك في هذه الشبكات تتناول قضية اجتماعية.

٢- تحفيز الحراك والمشاركة المجتمعية:

إن الحديث عن التغيير السياسي وشبكات التواصل الاجتماعي، لايجب أن نغفل الدور الذي لعبته شبكات التواصل في الثورات العربية، فمنذ عام ٢٠١١ نشرت الكثير من المقالات والدراسات، وعقدت الكثير من المؤتمرات التي ناقشت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي، وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية، وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة، إلا أنه من الناحية التاريخية نجد أن انتفاضات وثورات الشعوب اعتمدت أساسًا على المبتكرات العلمية والتقنيات الحديثة، التي رافقت نضال الشعوب من أجل الحرية، فتاريخيًّا تعتبر الحركات السياسية التي ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية، منبرًا سياسيًّا، شكلت مسارًا جديدًا لوعي الشعوب، وانتشرت مسميات لا تزال عالقة في أذهان الناس إلى حد الآن مثل: حركات التحرر الوطني، والانتفاضات الجماهيرية، والثورات الشعبية، وكانت تستخدم القوة والعنف في تحقيق أغراضها وأهدافها، وترافق ذلك في أغلب الأحيان الآلة العسكرية.

لكن الانتفاضات والثورات الحديثة سلكت مسلكًا آخر، بالرغم من أن الغرض ذاته التي سعت من أجل تحقيقه الجماهير في منتصف القرن الماضي، الفرق هنا الوسيلة، فقد استخدمت الجماهير الشعبية في شمال إفريقيا والشرق الأوسط في ثوراتها الحديثة (القوة الناعمة)، والمتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي، التي أصبحت سلاحًا فاعلًا بيد الشباب في مواجهة الأنظمة الطاغية، هذا السلاح الفعال لا يمكن أبدًا للسلطات القمعية استخدامه، وإذا حاولت فإن محاولاتها لا تتعدى التشويش أو حجب بعض المواقع، لكن هذا ليس بالأمر الصعب على الشباب لإيجاد بدائل أخرى لكسر هذا الحصار، وبآليات عديدة في نطاق الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، التي لعبت دورًا أساسيًّا في الحراك السياسي والاجتماعي، وأسهمت إلى حد كبير في نقل الوقائع الميدانية بشكل مباشر، وكذا تعبئة المحتجين وتنظيمهم، عن طريق تسهيل التواصل فيما بينهم، ولأن الشباب هم الكتلة السكانية الأكبر في المجتمعات العربية، والأكثر شعورًا بالحرمان النسبي، والأكثر قدرة على التواصل والحركة، فلم يكن مستغربًا أن يكونوا في طليعة المحتجين.

إن شبكات التواصل الاجتماعي ذات تأثير عالي الفاعلية لم يتصوره خبراء الإعلام والاتصال، وهذا ما لم يتوقعه الخبراء على مستوى الثورات العربية، ورغم أنها لم تكن سببًا في قيام هذه الثورات، إلا أنها جعلتها ممكنة، وعجلت بها، ومنحتها القدرة على النمو، وأكسبتها مزيدًا من التأييد والتعاطف داخليًّا ودوليًّا.

وقد تناولت بعض الدراسات دور الإعلام الجديد أو البديل في التغيير وفقًا لمفهوم الرسالة الإعلامية التغييرية، التي تُحيل دراستها لدراسة ظاهرتي علاقة الإعلام بالديمقراطية وعلاقة الإعلام والحريات، فكلما كان السياق الديمقراطي أكثر وضوحًا وتفعيلًا، كانت الرسالة الإعلامية التي تنشد التغيير أكثر نجاحًا، كونها نتاجًا لمتغير وسيط على درجة عالية من الأهمية، وهو تطور الوعي السياسي والثقافة السياسية للجماهير، وبطبيعة الحال للتغيير ضريبته الحتمية التي تتسبب في إحداث تراجعات ظرفية على الصعيد السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وحتى الفكري والثقافي السيكولوجي، وهو أمر طبيعي ناتج عن كون لحظة التغيير، لحظة مراجعة تاريخية لحاضر الشعوب ومستقبلها، لابد أن تكون قادرة على تقرير مصيرها، وبناء مستقبلها الدستوري الذي ينظم علاقة الحاكم والمحكوم، مع تعزيز قيم المواطنة والهوية، والقضاء على آليات تكريس الظلم والفساد.

وهذا ما حاولت تطبيقه الرسالة الإعلامية التغييرية على مستوى الشبكات الاجتماعية في الثورات العربية، والملاحظ عند ظهور هذه الشبكات أن المجتمع العربي عمومًا قد استخدمها أولًا وقبل كل شيء كأداة للطرح السياسي، وذلك لعدم وجود وسائل إعلام مستقلة أو محايدة أو مؤسسات للمجتمع المدني، لكن هناك مبالغة في الدور الفعلي لهذه الشبكات في تغيير الواقع السياسي، إذ أن دور أعضاء مجموعات الفيسبوك هو في أغلب الأحيان رمزي، وأن التغيير الحقيقي ولد من رحم الشارع العربي، وما شبكات التواصل إلا وسيلة من وسائل التواصل

والاحتجاج، لذا يعتبرها الكثير أسهمت في مرحلة انتقالية من الركود إلى الوعي السياسي، ومن ثم التغيير.

ويذهب أنصار النظرية المختلطة للاتصال إلى أن سعي العالم الثالث إلى إيجاد نوع من التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة المجتمع دفعه إلى تبني النظامين الرأسمالي والاشتراكي؛ ولكن التوازن بين الرأسمالية والاشتراكية لم يمض على وتيرة واحدة في العالم العربي.

وقد احتوت تجارب هذا العالم على خليط من النظم السياسية والاتصالية والاجتماعية والمتضاربة في أكثر الأحيان، وهذا ينعكس بالتبعية على طبيعة الولاء للهوية الوطنية في كل قطر عربي، ويرسم صورة عن ماهية الهوية العربية، وإجراءات تشكيلها، وإعادة تشكّلها، وهناك شكوك مشابهة يمكن طرحها حول ما إذا كان الإعلام المتخطي للحدود القومية، وما يتبعه من محتويات إعلامية، سيؤدي إلى تفريخ ثقافات متخطية للحدود الوطنية، وثقافات ما بعد الوطنية.

ومن الضروري عدم إغفال دور الشبكات الاجتماعية المؤثر بشكل سلبي على حالة ومفهوم الهوية العربية:

١- المواطنة الافتراضية تغتال الهوية الوطنية:

المواطنة الافتراضية أو الرقمية Digital Citizenship تبدأ عندما يقوم أي طفل أو مراهق أو بالغ بالتسجيل للحصول على عنوان بريد إلكتروني، أو حساب بشبكات التواصل الاجتماعي، ونشر الصور والفيديو عبر الإنترنت، واستخدام التجارة الإلكترونية لشراء البضائع عبر

الإنترنت، أو المشاركة في أي وظيفة إلكترونية هي B2B أو B2C، فإن تتجاوز عملية أن تصبح مواطنًا رقميًّا نشاط الإنترنت البسيط.

وفقًا لتعريف كارين موسبيرجر، أحد مؤلفي كتاب (المواطنة الرقمية: الإنترنت والمجتمع والمشاركة) فإن المواطنين الرقميين هم «أولئك الذين يستخدمون الإنترنت بانتظام وفعالية». لديهم أيضًا فهم شامل للمواطنة الرقمية، وهو السلوك المناسب والمسؤول عند استخدام التكنولوجيا. نظرًا لأن المواطنة الرقمية تُقيِّم جودة استجابة الفرد للعضوية في المجتمع الرقمي، فإنها غالبًا ما تتطلب مشاركة جميع أفراد المجتمع، سواء المرئيين منهم أو غير المرئيين. يشمل جزء كبير من كونك مواطنًا رقميًّا مسؤولًا عن محو الأمية الرقمية، وآداب السلوك، والسلامة عبر الإنترنت، والاعتراف بالمعلومات الخاصة مقابل المعلومات العامة.

والمواطن الرقمي Digital citizen هو الشخص الذي يستخدم تكنولوجيا المعلومات، وينخرط بمشاركته في المجتمع الرقمي وشؤونه الاجتماعية والسياسية والدينية. مستخدمًا تكنولوجيا الاتصالات للتواصل على نطاق واسع، مثل: إنشاء المدونات واستخدام الشبكات الاجتماعية، والمشاركة في الصحافة عبر الإنترنت.

وفقًا لتوماس همفري مارشال، عالم الاجتماع البريطاني المعروف بعمله في مجال المواطنة الاجتماعية، أن الإطار الأولي للمواطنة، ويضم ثلاثة تقاليد مختلفة: الليبرالية، الجمهوري، والتسلسل الهرمي. ضمن هذا الإطار، يحتاج المواطن الرقمي إلى الوجود من أجل تعزيز تكافؤ الفرص الاقتصادية

وزيادة المشاركة السياسية. وبهذه الطريقة، تساعد التكنولوجيا الرقمية على تقليل الحواجز التي تحول دون المشاركة كمواطن في المجتمع. وفي كل عام، يستضيف الشركاء الفيدراليون في منع التنمر قمة لتسليط الضوء على عملها، لمنع التسلط عبر الإنترنت، خاصة في المدارس وبين الطلاب، في محاولة لتصبح مواطنين رقميين مسؤولين. (https://2u.pw/Ih1HAQ)

على الصعيد المعاصر أصبح مفهوم المواطنة يتضمن جانبين؛ جانب تقليدي، وجانب افتراضي، الأول تمثل المواطنة فيه علاقة قانونية بين الإنسان ودولته القومية، فهي الوضع الذي يكون فيه المرء متمتعًا بحقوقه وواجباته كمواطن في المجال المدني والسياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي، إنها مفهوم يتضمن التزامًا أخلاقيًّا تجاه الوطن الذي يعيش فيه الفرد، وذلك بدءًا بالحب له، وانتهاء بالولاء والإخلاص والشعور بالانتماء له، وتقديم ذلك على أي ولاء لطائفية أو قبلية أو مناطقي أو حزبية.

أما الجانب الثاني، فالمواطنة الافتراضية أو الرقمية تتجلى في ممارسة لحقوق المواطنة في المجتمع الافتراضي، وهي تتزاوج بين المواطنة المقننة، والمواطنة الحرة، هذه الأخيرة التي ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيلها من خلال نقل القضايا من الواقع إلى العالم الافتراضي ومناقشتها، بغض النظر عن حواجز الدين واللغة والأصل.

إذن المواطنة انتساب جغرافي، والهوية انتساب ثقافي، الهوية لازمة للمواطنة؛ لأن المواطنين لابد لهم من نظام سياسي، وعلاقات اقتصادية

واجتماعية، وقوانين تضبط هذه العلاقات، وكل هذا إنما يبنى على معتقدات وقيم ومعايير؛ أي على هوية معينة.

وفي ظل الوضع العربي الراهن تطرح الباحثة د. بارة سمير العديد من التساؤلات:

هل تعكس حقًّا المواطنة الافتراضية الحرة الهوية الوطنية العربية؟ هل الاشتراك في خدمات الشبكات الاجتماعية والتصفح بين جنباتها، دليل كاف على انتماء الفرد إلى أمته العربية؟ هل التحميل والتنزيل والتحديث لمجمل البرامج والبيانات التي ما عاد عليها من رقيب يعد مشاركة وتفاعلًا؟ هل التبادل الفكري الناتج عن المحادثات قادر بدوره على تفتح العقول للتزود بالخبرات والمعارف المعروضة عند الأطراف الأخرى؟ وفي خضم كل هذا هل هناك حفاظ على قيم الهوية العربية أثناء مناقشة القضايا دون سخرية وتهكم؟ هل هناك طرح أصيل للبديل عن المشاكل العربية بكل مستوياتها ضمن قيم الهوية؟

إن ما يثار من قضايا على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي يلاحظ أنها أصبحت تشكل خطرًا على الهوية الوطنية، إنها أزمة هوية، وأزمة مواطنة، فانتشار العنصرية والطائفية والقبلية بشكل واضح وعلني، على شبكات التواصل الاجتماعي، أصبح يتصادم بشكل أساسي مع فحوى مبدأ وفكرة المواطنة التي تقوم على المساواة والعدالة، وعدم التفريق بين أبناء الوطن الواحد، حيثما كانوا في أية جهة.

لا شك أن نقطة الانطلاق لتحقيق المشاركة الفعالة، يكون عبر إيجاد

وعي مشترك بالقضية، جذوره الأساسية قيم الهوية الوطنية والعربية، وضرورة عدم التنازل عنها، وهذا ما تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي التي تجعل بمقدور الأفراد الساخطين من قضية ما، معرفة مقدار التأييد، وإعداد أولئك الذين يشاطرونهم نفس الشعور، تلك القيم المشكلة للوعي المشترك بمنح الأفراد الشجاعة لاتخاذ خطوات لم يكونوا ليجرؤوا على القيام بها، لولا ذلك الوعي، ولولا تلك القيم، مثل الخروج في مظاهرات واعتصامات، ومناهضة الأنظمة المستبدة.

كما أن هناك الكثير من المواقف التي استنتجت أن عولمة الإعلام تعيد رسم الحدود الثقافية المحدّدة وطنيًّا، وتضعف من الخرائط الثقافية والخطط المرسومة وطنيًّا ومحليًّا، أو حتى تجعلها عديمة الفائدة أحيانًا.

لذلك تقر العديد من الدراسات الغربية والعربية بوجود علاقة وثيقة بين الإعلام والهوية، وهي تعد علاقة جدلية، بحيث أن المنظومة الإعلامية هي قوة فاعلة ومؤثرة في التعبير عن الهوية، وتحديد ملامحها ومقوماتها، ومن ثم يسهم الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية، التي تنعكس بدورها من خلال الصناعات الإعلامية والثقافية، وتؤثر فيها وتصبغها بصبغتها، كما يسهم في موتها.

وإذا كان مفهوم الهوية يشمل خصوصية الذات، وما يميز الفرد أو المجتمع عن الغير من خصائص ومميزات، ومن قيم ومقومات، فإننا نقف معضلة تجسيد هذا المفهوم في الوطن العربي في ظل موجة الإعلام البديل وشبكات التواصل الاجتماعي، ويتجلى ذلك من خلال وجود مظاهر خطرة تواجهها الهوية العربية.

٢- الصورة الذهنية السلبية:

الصورة هي إعادة تمثيل شخص كما هو في الواقع، بحيث يتبادر إلى الذهن مجرد ذكره، والصورة الذهنية فكرة ذهنية أو انطباع عن شخص ما، أو شيء ما، أو فكرة يتم تكوينها إزاء تصور عقلي يتم تكوينه عبر المحاكاة الحسية والصورية. فهي انطباعات ذاتية تتكون إزاء شخص، أو فكرة، أو مؤسسة معينة، أو نظام ما، ويتكون ذلك الانطباع عبر التعاون والتعامل مع الجهة المكونة عنها الانطباع.

ويتكون مصطلح الصورة الذهنية من كلمتين هما الصورة والذهنية، فالصورة تعني ظاهر الشيء وحقيقته وشكله الذي يتميز بها، أما كلمة الذهنية فهي تشير إلى الذهن أي العقل والفهم، أي فهم الشيء وتصوره. ويعادل مصطلح الصورة الذهنية في اللغة الإنجليزية كلمة Image، وإجمالًا تعني مجموعة الانطباعات التي تتكون في الأذهان عن قيم معينة سياسية أو شخصية، يساعد على تكوينها ما تبثه وسائل الاتصال الإعلام.

وقد شاع استخدام مصطلح الصورة الذهنية Mental image or image في مجال الاتصال والإعلام والعلاقات العامة، فضلًا أن هذا المصطلح بمعناه، بشكل أو بآخر، استخدام في مجالات العلوم الاجتماعية وعلم النفس والتاريخ.

ويشير المعجم الوجيز إلى أن (تصور) تعنى «تكونت له صورة وشكلًا»، و(تصور الشيء): «تخيله واستحضر صورته في ذهنه»، و(صورة

المسألة أو الأمر): «صفتها» و(صورة الشيء) تعني: «ماهيته المجردة، وخياله في الذهن أو العقل».

ويعرفها قاموس «لونجمان» Long man: «هي الصورة التي تتكون في الذهن، وهي الرأي الذي يكونه الآخرون عن الفرد، أو الشيء بشكل مقصود».

وتعريف "Beach": يرى أن الصورة الذهنية هي «مجموعة من المعارف والمعلومات المتراكمة والمنظمة التي يشكلها الفرد عن نفسه، وعن العالم من حوله، ويدخل ضمن عناصر الصورة مفردات خيالية وتجريدية، ويفترض أن يتم ترتيب وتنظيم المعلومات والمعارف المرتبطة بموضوع الصورة حسب مدركات التعامل معها وانحيازاته».

تسهم في تكوين الصورة الذهنية عوامل متعددة، وتأتي في مقدمتها وسائل الإعلام التي تؤدي دورًا فعالًا ورئيسًا في تكوينها، من خلال ما تقدمه من معلومات وبيانات عن الأحداث والأشخاص والدول والشعوب، بل قد لا نكون مبالغين إذا قلنا إن وسائل الإعلام تمثل مركز الثقل بين العوامل المؤثرة في تكوين الصور الذهنية. وتساعد وسائل الإعلام الفرد على تكوين تصور للعالم الذي يحيا فيه، ويعتمد عليها – بالإضافة إلى خبراته – في التعرف على الواقع المحيط به. فالصور التي يبنيها الإنسان لعالمه مستمدة من وسائل الإعلام الجماهيرية، التي تحقق الانتشار الواسع وامتدادها الأفقي والرأسي، وقدرتها البالغة على الاستقطاب والإبهار، حيث أسهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مد

واتساع نطاق التغطية، وذلك من خلال قدرتها على نقل الأحداث بصورة سريعة وفورية

كذلك استيلاء وسائل الإعلام على أوقات الأفراد، ومنافستها الشديدة للمؤسسات الاجتماعية الأخرى في مجال التأثير الجماهيري. إيقاع العصر الحالي الذي يتسم بالسرعة من ناحية، وبعزلة الأفراد بعضهم عن بعض من ناحية أخرى، مما يجعل من وسائل الإعلام مصدرًا للشعور بالمشاركة وعدم العزلة. وتتم عملية توجه الصور – وبخاصة في دول العالم الثالث – من خلال قيام وسائل الإعلام بوظيفة حارس البوابة "Gate Keeper" وترتيب الأولويات "Agenda Setting"، وذلك عن طريق اختيارها موضوع الصورة، ثم أي الأجزاء يتم إبرازها، وأي الأجزاء يتم التغاضي عنها، أو عن طريق المبالغة في بعض الأجزاء، وإغفال الأجزاء الأخرى.

ومن هنا تكمن أهمية الصورة الذهنية في أداء دور محوري في اتخاذ القرارات، وتشكيل سلوك الأفراد، ومساعدة المنظمات والمؤسسات والقيادات في رسم الخطط، واتخاذ القرارات وفق احتياجات الجماهير، حيث تمتاز الصورة الذهنية بعدة خصائص نذكر منها:

– أداة تسهم في تشكيل الآراء الصائبة، واتخاذ القرارات المناسبة، ولفت انتباه المسؤولين نحو القضايا العامة.

– أنها إطار للذاكرة، وعملية بناء لتصور شيء ما.

– أنها واسعة وشاملة، وذات طبيعة ديناميكية قابلة للاستمرار.

– بعيدة عن الجمود، وتتصف بالمرونة والتفاعل المستمر، وتتسع وتتمدد وتقبل التغير طوال الحياة.

– تتسم الصورة الذهنية بخاصية التنبؤ بالمستقبل من حيث السلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة.

– تتخطى حدود الزمان والمكان، فالفرد لا يقف في تكوينه لصورة الذهنية في إطار محدد أو حدود معينة، بل يتخطاها ليكون صورًا عن بلده ودولته والمجتمع الذي يعيش فيه. فزمانيًّا قد يكون الإنسان صورة ذهنية عن الماضي، ويقوم بتعميمها على الحاضر والمستقبل، وفي كل الأمكنة، وفقًا لمعارفه وقناعاته، وقدرته على التخيل والاستنتاج.

– إحدى الروافد المهمة التي يعتمد عليها الفرد في التفاعل مع محيطة الاجتماعي.

وقد دأبت الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي على إثارة قضية ما.. مثلًا عن الحريات في العالم العربي، أو بعض العادات والتقاليد العربية، والتي هي بطبيعة الحال مدهشة وغريبة للمتلقي الأوروبي أو الأمريكي، فتعمد هذه الرسائل الإعلامية على تشويه صورة الإنسان العربي، وتؤثر ذهنيًّا على سلوك الأفراد من خلال النقل المشوه للحدث، فتنال من قيم المواطنة والانتماء.

وأحيانًا تلجأ وسائل الإعلام إلى التقاط أحداث بعينها، أو خلق أحداث زائفة وتضخيمها، لتحقيق هدف شخصي، وهي تلعب دورًا سلبيًّا

على القيم لاسيما منها قيم المواطنة، في خضم عمل المواقع الاجتماعية على خلق أحداث تهيمن على اهتمام المواطنين.

ومن الضروري الاهتمام بما يسمى استراتيجية بناء المعنى في الصورة الذهنية، وتعني إمكانية تعديل سلوك الأفراد من خلال إعطائهم معان جديدة، أو صور ذهنية في لغة ما، بما تستطيع أن تخلق لديهم صورًا أكثر وضوحًا، ومن ثم يحدث تعديل أفضل وأقوى في السلوك. وتقوم إستراتيجية بناء المعنى على الأسس الآتية:

- رسالة إعلامية مقنعة.
- تؤدي إلى معان جديدة، أو تغيرات في المعاني.
- المعاني تعطي توجيها للعمل.

وهذه الاستراتيجية ترتكز على النظرية المعرفية في تفسير السلوك، حيث تقوم على أهمية توافر رسالة إعلامية، تتسم بقدرتها على التأثير في الفرد والتأثير على طريقة تفكيره.. أيضًا هذه الرسالة تحقق وصول الفرد إلى معان جديدة للسلوك المرغوب فيها من خلال إقناع المتلقي.. تغيير استجابات الآخرين نحو مضمون الرسالة، وتنطوي هذه الاستجابات على المعتقدات والسلوكيات، والإدراكات والمشاعر المختلفة للأفراد.

ومن ثم هذه المعاني تكون ذات قوة مؤثرة على الفرد، تقوم بتوجيهه نحو العمل والسلوك النهائي المرغوب القيام به.

مثال: عند تقديم رسالة إعلامية (فيلم سينمائي) عن حياة الصحفيين، وطبيعة عملهم، وبتقديم صورة جذابة ومبهرة عن حياتهم المثيرة والشيقة، بالإضافة إلى الشهرة والسلطة، وتعدد العلاقات الاجتماعية والنسائية – كما أظهرتها بعض الأفلام – وذلك مع تقديم واستخدام اللغة المناسبة، والشكل المبهر لهذه الصورة، فإن ذلك يخلق لدى المتلقي صورة أو معنى جديدًا نحو هذه الشخصيات، ويخلق في نفس المتلقي أمنية أن يحيا مثل هذه الشخصيات. https://cutt.us/svcFc

وترى الباحثة د. بارة سمير إن منظومة الحقوق والواجبات التي يقوم عليها مفهوم المواطنة يتطلب بالضرورة دعمها بالقيم والمبادئ الأخلاقية (وهذا ما يغيب في ظل مفهوم المواطنة الافتراضية)، والتي يعتبر الدين أهم مصادرها، وأي تآكل لتلك القيم والمبادئ، يعتبر إضرارًا بذلك المفهوم.

ويتمثل الحل لهذه الإشكالية في ضرورة تنشئة جيل مسئول يعرف كيف يتفاعل مع هذه الوسائط؟ وكيف يأخذ منها ما يفيده، ويبتعد عن المواد المشبوهة، والمواد التي تتنافى وتتناقض مع مبادئ وقيم وهوية المجتمع العربي.

فعلماء الاجتماع يرون أن المجتمع القوي هو ذلك الذي يعتز بهويته كواحدة من الثوابت الراسخة، لكن ظهور المتغيرات والمعطيات التكنولوجية العالمية قد أضعف من وقع هذا المفهوم في وعي الأجيال الحاضرة، خصوصًا مع تعدد الولاءات وصراع الانتماءات، هذا الواقع أفرز خللًا في الممارسات السلوكية، أفضت إلى موجة من التوترات والمخاطر على المستوى الأسري والوطني بل والعالمي، ولعل ذلك ما جعل

الحاجة اليوم أكثر إلحاحًا إلى صنع نماذج واعية لتأطير هذه الانتماءات، وإبراز منظومة من التفاعل فيما بينها لتخدم كل واحدة منها الأخرى، فيما يحقق مصلحة الجميع ورفاهيته.

٣-الاغتراب النفسي والاجتماعي:

تعتبر ظاهرة الاغتراب بشكله الاجتماعي، من بين القضايا التي أفرزتها شبكات التواصل الاجتماعي، إذ أصبح الأفراد وخاصة الشباب يتعلقون بشكل كبير بالعلاقات التي يقومون بإنشائها عبر الشبكات الاجتماعية، ويقضون وقتًا كبيرًا أمام الأجهزة الإلكترونية اللوحية أو جهاز الكومبيوتر يفوق الوقت الذي يخصصونه للأشخاص الواقعيين، وهذا ما يؤدي إلى العزلة الاجتماعية والاغتراب النفسي.

في عالمنا اليوم أصبح الإنسان يعاني من عدم وضوح في الرؤية والوقوع ضحية التناقضات الكثيرة والازدواجية في المعايير؛ وهذه التناقضات جعلته مشتتًا مغتربًا عن واقعه، والكثير، وخاصة الشباب، اختار العالم الافتراضي، ربما يجد فيه الاجابات لأسئلة وأمور وقضايا تؤرقه، فأصبح مغتربًا عن واقعه المعاش.

إن أساليب الحياة الحديثة تزيد بشكل كبير من شعور الفرد بالاغتراب الاجتماعي الذي هو قرين بالاغتراب النفسي، والتكنولوجيا الحديثة هي أحد أسباب الاغتراب، فنحن نرى اليوم الطفل في المدرسة إذا كان يستخدم هاتفًا ذي موديل قديم نسبيًّا، أو ليس في استطاعة أسرته شراءiPhone سيتم النظر إليه من أقرانه بشكل مختلف، وسيشعر أنه أقل

منهم، لكونه لا يملك جهازًا حديثًا يجعله يتواصل مع أقرانه والألعاب الإلكترونية الحديثة.

ويُعَدُّ "هيجل" (Hegel) أول من استخدم مصطلح الاغتراب النفسي، وقد جاء العديد من الباحثين من بعده، وتعددت المفاهيم الخاصة بالاغتراب إلا أنَّها جمعتها بعض العناصر، مثل العزلة والانطواء والعجز عن التكيف مع الوسط الاجتماعي، والبعد عن نشاطات المجتمع.

ومصطلح "الاغتراب" في اللغة العربية يقصد به البعد عن الوطن الأم، ويعرف معجم علم النفس المعاصر الاغتراب بأنَّه تغير في الوعي بالذات، يتسم بفقدان الهوية، وبتجربة شعورية مؤلمة بالاغتراب عن الأسرة والرفاق.

ويشير"بتروفسكي" (Petrovsky) أن الاغتراب، يعني الخلل والتناقض في العلاقات الحياتية لشخص ما مع العالم المحيط؛ إذ يظهر التناقض بين عمل الشخص، ونشاطه، وذاته، والأفراد الآخرين، وبين الشخص نفسه، ويتجلى التناقض في الاختلاف والرفض والعداء، ويتم التعبير عنه من خلال مشاعر العزلة والوحدة والرفض وفقدان الأنا والذات.

ويرى "روبينز(Robins)"، أن الاغتراب يحدث نتيجة الافتقار إلى الوعي بها؛ فلا يستطيع المغترب نفسيًّا أن يدرك من يكون، أو بماذا يشعر، فذاته غريبة عنه، ولا يشعر بما يحدث داخله."

ومشكلة الاغتراب النفسي من أكثر المشكلات الاجتماعية والنفسية التي تشكل خطرًا يتربص بالشباب، ويفتك بمستقبلهم، فيحمل معه العديد من الأزمات كالتمرد على النظام في المجتمع، وخرق القوانين، والسلوك العدواني، واللامبالاة وفقدان الشعور بالانتماء والولاء، وإدمان المخدرات والكحول.

إذن، في الاغتراب النفسي يعجز الفرد عن تأدية الدور المرسوم له، أو الدور الذي يحدده لنفسه، كما يفشل الفرد بتحقيق علاقة ذات معنى بين جوانب ذاته، أو بين ذاته والوسط الاجتماعي المحيط به.

أبعاد الاغتراب النفسي:

- العزلة الاجتماعية:

يقصد بها شعور الفرد بعدم وجود علاقة إيجابية بينه بين الآخرين في المجتمع، أو افتقاد العلاقات الاجتماعية في نطاق مجتمعه، وكل ما يتعلق بنشاطاته وفقدان الشعور بالانتماء، والشعور بضعف الانتماء للمجتمع، وضعف الشعور بالهوية، وضعف التواصل مع ثقافة المجتمع، فهو يشعر بالوحدة حتى إن كان موجودًا مع الجماعة، وكثيرًا ما يتمنى لو كان يعيش وحيدًا في هذا العالم، بعيدًا حتى عن أقرب الناس له.

- العجز:

هو شعور الفرد بأنَّه غير قادر على التأثير الاجتماعي، كما يعني أنَّه عاجز عن تقرير مصيره، ولا يستطيع تقرير مصيره، أو التأثير في مجرى الأحداث، أو اتخاذ القرارات التي تختص بحياته ومصيره، ويعجز عن تحقيق

ذاته، ولا يستطيع التحكم أو التغيير في أي شيء حوله، أو التعبير عن رأيه بحرية، ولا يؤخذ برأيه أبدًا، وغير قادر على التمسك بحقوقه؛ فهو شخص مسلوب الإرادة، ورهن لقوى خارجية تقوده وتتحكم به.

- **السلبية:**

هي حالة من اللامبالاة أو عدم الاهتمام، ويتصف بها الفرد عندما لا يشارك في أي من جوانب الحياة الاجتماعية التي تحيط به سواء العاطفية أو الاقتصادية أو السياسية، بالرغم من توافر المقدرة لديه على الفعل، لكنه ينأى بنفسه عن فعل المشاركة، وتستبعد نظرة الفرد إلى ذاته والعالم والمستقبل التقييمات الإيجابية، وتشويه المواقف والأحداث، بالإضافة إلى النظرة غير المتفائلة للمستقبل.

- **اللامعنى وفقدان القيمة:**

هو شعور الفرد بعدم قيمته بصفته إنسانًا، وعدم قدرته على التواصل مع نفسه، وأنَّ ذاته لا تساوي شيئًا؛ بل هو غريب عنها، وعديم الفائدة، وأن حياته بدون هدف واضح، وإن وجدت الأهداف لا يستطيع تحقيقها سواء في حياة الفرد الأسرية أو العلمية أو المهنية، ولا يعرف ماذا يريد؟ فكأنَّه عبارة عن شخصين في شخص واحد كل منهما يسير في اتجاه مخالف للآخر.

- **رفض المعايير والقيم الاجتماعية:**

يقصد بها الخروج عن المألوف، والتمرد على القيم والعادات الاجتماعية، وعدم الالتزام بالضوابط الاجتماعية الموجودة، والمحيطة

بالفرد، فهو حالة من العنف والعدوان تجاه ثقافة وقيم المجتمع دونما سبب، فهو يرى القيم مجرد سلعة لمن يدفع أكثر. ومن ثم ينتاب الفرد إحساس بالسخط والإحباط والتمرد على القيم السائدة، والأهداف المحددة من قبل الآخرين والمجتمع.

سمات الاغتراب النفسي

الصراع: التناقضات التي يعيشها الفرد بين ما يريد ويرغب، وما يجب أن يكون، وبين الحاجات الملحة والمتعارضة مع بعضها؛ وهذا يؤدي إلى الصراع الذي يقود إلى اضطرابات الشخصية.

الحرمان: عندما تقف العقبات في وجه تحقيق ما يريده الفرد، تبقى حاجاته غير مشبعة، فهذا الحرمان يسبب اضطرابات وضعف الشخصية، وانهيار وحدتها، وتمزق مشاعر الانتماء إلى الجماعة، وتعميق الفجوة بين الأفراد في المجتمع، فالإنسان يعيش فيها غريبًا عن نفسه، وعن جماعته.

القلق: نتيجة وجود حدث غير سار يؤثر في شعور الفرد بالطمأنينة، ويصب الفرد نتيجة حالة من عدم التركيز، وعدم القدرة على الاسترخاء والراحة، وشعور بالخشية والترقب لحدث سيئ، واستحالة التمتع بأي شيء بالحياة.

الإحباط: حيث يصعب على الفرد تحقيق رغباته، وما يطمح إليه، ويواجه الصعوبات، ويعجز عن تجاوزها، يصاحبه الإحباط الذي يرتبط بالشعور بخيبة الأمل.

ومواقع التواصل أصبحت بديلًا للتفاعل الاجتماعي الحقيقي بين الأفراد، والمتمثل في إنشاء وتنمية علاقات الصداقة، وحضور المناسبات الاجتماعية، بالإضافة إلى ما يقضيه الأفراد من ساعات طويلة على هذه المواقع، مما أدى إلى إصابتهم بالعزلة والانطواء على الذات.

ويمكن أن تكون مخاطر استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي مرتبطة بحجم استخدامهم لها، فتؤثر سلبًا من خلال تشتيت انتباههم، وتعطيل نومهم، وتعريضهم للتنمر، ونشر الشائعات ووجهات النظر غير الواقعية عن حياة الآخرين، وضغط الأقران.

وقد أجريت دراسة في الولايات المتحدة الأمريكية عام ٢٠١٩ على أكثر من ٦٥٠٠ من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين ١٢ و ١٥ عامًا في الولايات المتحدة أن أولئك الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات يوميًّا باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، قد يتعرضون لخطورة كبيرة بسبب مشكلات الصحة العقلية. وأفادت دراسة أخرى أُجريت عام ٢٠١٩ على أكثر من ١٢٠٠٠ من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين ١٣ و١٦ عامًا في إنجلترا، أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث مرات يوميًّا يتنبأ بضعف الصحة العقلية لدى المراهقين.

ولاحظت دراسات أخرى أيضًا وجود روابط بين المستويات العالية لاستخدام الوسائط الاجتماعية والعزلة وأعراض الاكتئاب أو القلق.. كما أن المراهقين الأكبر سنًّا الذين استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي بشكل سلبي، مثل مجرد مشاهدة صور الآخرين، أبلغوا عن انخفاض في

الرضا عن الحياة. أولئك الذين استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الآخرين، أو نشر المحتوى الخاص بهم لم يواجهوا هذه الانخفاضات.

والملاحظ على عينة بحثية لطلاب جامعات حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي أنه كلما زاد استخدامهم للفيسبوك، اعتقدوا أن الآخرين أكثر سعادة مما هم عليه. ولكن كلما زاد الوقت الذي يقضيه الطلاب في الخروج مع أصدقائهم، قل هذا الشعور لديهم. (https://cutt.us/bZKYo)

والملاحظ أيضًا أن ما يتم نشره وتداوله على شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي من مواد لا تستوفي الحد الأدنى للجودة والمصداقية، فهي مجرد تعبير شخصي يحمل وجهات نظر أشخاص افتراضيين، قد يكونوا مغرضين في آرائهم أو تحكمهم نزعات نحو ميول غير سوية.

الأمر الذي يجعل الفرد مشتتًا مشدودًا مغتربًا بين عالمين واقعي (معاش)، وافتراضي بعيد كل البعد عن الواقع الحقيقي بمعطياته الاجتماعية، وهذا أخطر ما يقع فيه الشباب الكبير، فيعاني الانفصام والبعد عن النسيج القيمي للمجتمع الذي يعيش فيه.

في تحليله للظاهرة الإعلامية الحديثة، يرى الباحث "عبد الرزاق بلعقروز" أن الرؤية الإعلامية للعالم أكبر من تحليلها الظاهري بالأرقام والإحصاءات فقط، وإنما – قبل ذاك – فهي تحتم علينا السؤال عن فلسفتها ومقاصدها الأخلاقية؛ حتى يتسنّى للمرء معرفة الأفكار الكامنة وراء الآلة الإعلامية والقيم التي يُراد لها أن تسود.

لذا، فإن الوسيلة الأسهل لتغيير إدراك الجمهور من خلال "إغراق الجمهور بمعلومات كاذبة تجبره على تغيير تصوره عن الواقع كما هو في الحقيقة؛ ليستبدله بصورة أخرى زائفة"[١٣]، وهي استراتيجية تعمد – أحيانًا – إلى خدعة المشاهد باختزالها الواقع في صورة صغيرة، ومن ثم تضخمها وتصورها بما يفوق قدرها لإيهام المشاهد أن ما تمثله هذه الصورة هو الحقيقة الطاغية، وليست الاستثناء.

الفصل السابع

كيف تؤثر وسائل الإعلام في الحراك المجتمعي؟

"الحراك" في اللغة العربية، بفتح الحاء، اسم مُشتق لغويًا من فعل ثلاثي، أصله حرك، أو بالتشديد حرّك، ويعني الحركة، والتي تعبر عن كل مظهر عام من مظاهر النَّشاط، وهي بذلك ضدّ السكون. ويقابلها باللغة الإنجليزية Mobility، بمعني فعل التنقل من مكان إلى آخر، كدلالة سوسيولوجية على التحرك من طبقة إلى أخرى، وأشارت إحدى الدراسات أن الحراك تقابله أيضًا باللغة الإنجليزية لفظة Movement، كدلالة على الحركة الاحتجاجية والنضال السياسي من أجل تغيير الوضع السائد إلى وضع أكثر استقرارًا، أي حراك سياسي واجتماعي ضمن المكان نفسه.

ويشير مصطلح " الحراك" إلى الانتقال من وضع الأسرة الأصلية إلى الموقع الطبقي أو المكانة الخاصة بالفرد ذاته، ويحدث للفرد خلال حياته العملية مثل الوظيفة الأولى للمبحوث مقارنة بوظيفته الحالية. إذ يمكن أن يكون هذا التحول تصاعدي أو تنازلي، أو من موقع إلى موقع آخر، ولا يمكن تحديد ما إذا كان هذا التحول أو التغيير قد طرأ لسبب جيد أو سيئ.

وشاع استخدام مصطلح داخل أدبيات العلوم السياسية، وعلم الاجتماع السياسي، استخدام مصطلح "الحراك السياسي"، للإشارة إلى

"عملية يتم فيها التحرك من موقف سياسي إلى آخر"، وغالبًا ما تشمل الاتجاه نحو تفاعل شعبي وسياسي واجتماعي، يتبلور على قاعدة إبراز قضية سياسية واجتماعية في المجتمع، والنضال من أجلها، دون اعتبار لرضا السلطة القائمة عن هذا الانتقال أو التحول أو الحراك.

مفهوم الحراك الاجتماعي Social Mobility: هو تنقل وتغير الأفراد بين طبقات السُّلم الاجتماعي، وتحول الحالة الاجتماعية للفرد من حالة إلى أخرى، وفي بعض الأحيان يحدث جماعات بأكملها – بين مواقع مختلفة في إطار نسق للتدرج الاجتماعي، في أي مجتمع ومن المألوف التمييز بين الحراك إلى أعلى والحراك إلى أسفل (أي الانتقال إما إلى مرتبة أعلى، أو أدنى في سلم التميز، وكذا التمييز بين: الحراك بين الأجيال والحراك الجيلي (داخل نفس الجيل)، أو الحراك المهني.

وقد طرح عالم الاجتماع بيتيريم سوروكين (Pitirim Sorokin) مفهوم الحراك الاجتماعي بقوله إنه لا يوجد مجتمع منفتح تمامًا، ولا مجتمع منغلق تمامًا، ولا يوجد مجتمعان متشابهان من حيث الحركة المسموح بها بين الطبقات، وأن سرعة الحراك الاجتماعي يمكن أن تتغير من فترة زمنية إلى أخرى، بحيث يعتمد ذلك على مدى التطور في المجتمع.

إذا كان المجتمع مُغلقًا فإن التنقل أو الحراك الاجتماعي بين الطبقات المجتمعية يكون أمرًا مستحيلًا، وهذا يعني أن الناس يولدون أو يتزوجون من نفس طبقة أُسرهم الاجتماعية، لذا فإن تغيير أنظمة الطبقات الاجتماعية أمر نادر الحدوث. يتواجد هذا النظام الطبقي في العديد من الدول مثل

دولة جنوب افريقيا والهند، فعلى سبيل المثال في دولة الهند إذا وُلِدَ طفل لدى أسرة من الطبقة الدُنيا، فإنه يكون من ضمن طبقة المنبوذين الذين لا يمكنهم أن يصبحوا أعضاءً ضمن الطبقة العُليا للمجتمع.

ومن ناحية أخرى إذا كان المجتمع مفتوحًا، فإن الحراك الاجتماعي بين الطبقات المجتمعية سيكون ممكنًا ومتاحًا للجميع.

قد ركزت الدراسات الاجتماعية جل اهتمامها على الحراك بين الأجيال، وخاصة على دور الإنجاز التعليمي مقارنًا بدور الخلفية الاجتماعية، أو الخصائص المكتسبة بالميراث، أو العرق، أو الإنجاز المهني، أو المعرفي.. ويرى سوروكين في مؤلفه الحراك الاجتماعي (الذي صدر عام ١٩٢٧) يقول: "إن قنوات التدوير الرأسي توجد في أي مجتمع متدرج، وهي ذات أهمية مماثلة لتلك التي تحتلها قنوات الدورة الدموية بالنسبة للجسد".

وإزاء الاتساع الهائل المحتمل لنطاق هذا الميدان، يرى بعض الباحثين الحراك في إطار تدرج هرمي اجتماعي، يمكن في ظله ترتيب الأفراد وفقًا لمستويات الدخل، أو الإنجاز التعليمي، أو الهيبة الاقتصادية الاجتماعية. ومن ناحية أخرى، يضع آخرون الحراك في إطار البناء الطبقي، بحيث يشير المفهوم إلى موقع اجتماعي يتحدد من خلال العلاقات السائدة في أسواق العمل والوحدات الإنتاجية. (بوابة علم الاجتماع https://2u.pw/85y0k6)

أنواع الحراك الاجتماعي

- **الحراك الصاعد** (Upward mobility): يحدث عندما ينتقل الفرد من موقع أدنى في طبقات المجتمع إلى طبقة أعلى، ويتطلب هذا التنقل من

الفرد أن يتكيف مع البيئة الجديدة التي انتقل إليها، ويتبنى سلوكيات مختلفة تتناسب مع البيئة الجديدة.

- **الحراك النازل أو الهابط** (Downward mobility): وهو عكس الحراك الصاعد إذ يحدث عندما ينتقل الفرد من منصب عال في المجتمع إلى منصب أدنى مما كان عليه.

- **الحراك الأفقي** (Horizontal mobility): يحدث كتغيير في التحولات الدينية أو الإقليمية أو السياسية دون التغيير في الوضع الاجتماعي، إذ يحدث عندما يُغير الشخص مهنته، لكن وضعه الاجتماعي العام يبقى كما هو، أي يبقى ضمن نفس الفئة المجتمعية التي هو عليها الآن.

- **الحراك العمودي** (Vertical mobility): يُمثل التغيير الذي يحدث في الوضع المهني أو السياسي أو الديني لشخص ما، ويتسبب في تغيير موقعه الاجتماعي العام، بمعنى أن الشخص ينتقل من طبقة اجتماعية إلى طبقة اجتماعية أخرى.

-**الحراك المهني** (Occupational Mobility): عندما تتغير مكانة الفرد من مهنته الحالية إلى مهنة أخرى، وتكون هذه المهن مُرتبة بشكل هرمي، فعندما ينتقل شخص من مهنة ذات مكانة أقل في الهرم الوظيفي إلى مهنة بمستوى وظيفي أعلى.

-**الحراك بين الأجيال** (Inter-generational mobility): يحدث عندما يتغير الوضع الاجتماعي من جيل إلى آخر، أو تتغير مكانة الفرد

الاجتماعية في وظيفته، ويمكن أن يكون هذا التنقل من أعلى لأسفل أو العكس.

- **الحراك عبر الأجيال** (Intra-generational mobility)؛ يحدث داخل الأجيال عندما يكونون في عمر واحد أو جيل واحد، فعلى سبيل المثال، قد يكون أخ له مكانة مجتمعية أعلى من مكانة إخوته الآخرين.

عوامل مؤثرة في الحراك الاجتماعي

– التعليم، إذ أن التعليم لا يساعد الفرد فقط على اكتساب معارف ومهارات، بل يساعده أيضًا على تولي مناصب مهنية عالية.

– اكتساب وتعلم مهارات جديدة والتدريب عليها.

– التحفيز ورغبة الفرد في الحصول على مستوى معيشي أفضل مما هو عليه الآن، فإذا كان هذا الفرد يعيش في مجتمع يتسم بنظامه الطبقي المفتوح، فهنا يمكنه أن يحقق ما يسعى إليه من مكانة مجتمعية مرموقة. (https://2u.pw/HiiLdt)

ويلفت قطاع من الأدبيات أن "الحراك السياسي" هو في الأصل "حراكًا اجتماعيًّا"، يمكن أن يُطلق عليه "حراك اجتماعي سياسي Soico -Political Mobility "، باعتباره مفهوم شامل ومركب، وذلك على أساس أن الحراك كمفهوم يشير إلى الانتقال، وضد السكون في المجالين؛ السياسي المرتبط بالممارسة السياسية، والاجتماعي الذي يجعل الجماعة الاجتماعية في صلب الحراك، لتحقيق أهداف معينة.

وتمثل نظريات أو الاتجاه النظري حول الصراع الاجتماعي، أهم الاتجاهات النظرية التي يتم الاعتماد عليها في دراسة الحراك الاجتماعي، والتي تعنى بالبحث حول؛ أسباب الصراعات القائمة داخل البناء الاجتماعي. وتعد دوافع حالة الاستياء، وعدم الرضا من المحرومين واستيائهم، سبب أساسي في تشكل فعل الصراع، وبالرغم من أن الحرمان يرتبط بالمتغير الاقتصادي في المقام الأول، إلا أنه لا يقتصر عليه، فالجماعات ترتبط بها مصالح أساسية، والتي تدفع بالأساس إلى الصراع حولها، أي أن الناس يناضلون من أجل تحقيق مصالحهم، ومع اقتران ذلك بمستوى من "الإدراك" يتولد فعل الصراع.

(نادر جودة محمد –الموسوعة السياسية https://2u.pw/DOc1BO)

ويتداخل الحراك الاجتماعي مع الحراك السياسي في مفهومه العام، فالحراك السياسي هو جزء من الحراك الاجتماعي، الذي يهدف إلى الانتقال أو التحرك من موقف سياسي إلي آخر، ومن رؤية سياسية إلى أخرى، ومن تحالف معين إلى تحالف آخر، يتجه نحو تفاعل شعبي وسياسي واجتماعي، يتبلور على قاعدة إبراز قضية سياسية، واجتماعية في المجتمع بهدف النضال من أجلها، بصرف النظر إن كان ذلك الانتقال، أو التحول يرضي السلطة أو يخالفها

إذن؛ فالحراك السياسي هو في الأصل حراكًا اجتماعيًا، يمكن أن يطلق عليه حراكًا سوسيو سياسي.

فالحراك السوسيو سياسي مفهوم شامل و مركب، فالحراك فيزيائيًّا مفهوم واضح هنا، وهو ضد السكون في المجالين السياسي المرتبط

بالممارسة السياسية، والاجتماعية الذي تجعل الجماعة في صلب الحراك، لتحقيق أهداف معينة سلبية، أو إيجابية فالحراك السوسيو سياسي، هو كل نشاط فردي كان أو جماعي، يأتي بسبب غياب حقوق معينة، أو من أجل المساواة ورفع الظلم، وقد يتجاوز ذلك ليكون ظاهريًّا، ويهدف في الواقع إلى أهداف غير معلنة.

من هنا، يمكن تصنيف الحراك السوسيو سياسي إلى حراك معارض ذو طبيعة إيجابية تغييري بطبعه، يهدف إلى تغيير الأوضاع إلى ما هو أحسن من خلال مناهضة الاستغلال، وغياب المساواة، وغياب العدالة الاجتماعية والعنصرية...إلخ.

أمّا النوع الثاني فهو حراك سوسيو سياسي موالي ذو طبيعة سلبية، يلعب دور تجميلي، ويهدف إلى استمرار أمر واقع، أو سياسة، أو حكم فاشل من خلال السباحة ضد التيار من خلال الترويج لمفاهيم ميتافيزيقية، وبالتخدير السياسي من قبيل استخدام المجتمع المدني، والأحزاب السياسية للترويج لسياسات بعيدة عن الديمقراطية بأساليب ديمقراطية، من خلال تكثيف استعمال مفاهيم براقة، وتخدير الشعب بها من قبيل التعددية الحزبية، وحرية التجمهر، وتوفير الأمن، والعهد الجديد، والتنمية البشرية، وهي في الأخير تسعى إلى الوصول إلى مجتمع راضٍ على الوضع كيفما كان.

ويقصد الدراسون بالحراك السياسي كافة الفعاليات السياسية، التي يشارك فيها أفراد المجتمع، من مسيرات واحتجاجات ومظاهرات وحراك طلابي واعتصامات، ونقاش سياسي وحوارات مفتوحة حول عدد من

الموضوعات السياسية، مثل محاربة الفساد، والتعديلات الدستورية، ودور الجيش في السياسة في مصر، والانتخابات البرلمانية أو الرئاسية.

ويوجد بين إمكان الثورة في مجتمع ما، وطبيعة التكوين الاجتماعي في ذلك المجتمع علاقة وثيقة. فلا سبيل إلي افتراض إمكان الثورة لمجرد أن إرادة التغيير السياسي توفرت لدى جمع من الناس، كثر عدده أو قل، فالثورة لا تقع في فضاء اجتماعي بكر، وإنما تحدث على أرضية تملأها تكوينات مختلفة من قوى وجماعات اجتماعية، وروابط أهلية، ومؤسسات وأيديولوجيات...إلخ. وهي لذلك السبب تصطدم بحقائق موضوعية خارج نطاق الإرادة والرغبة، فيحدث أن تصادف بيئة مناسبة وجاذبة، كما يحدث أن تصطدم ببيئة مجافية ونابذة.

ومن الثابت أن عملية التحول الديموقراطي متعددة الأبعاد، ولها مكونات سياسية واقتصادية واجتماعية، وثقافية مترابطة عضويًّا ببعضها البعض، وإن إحداث التحول لا يمكن أن يتم إلا من خلال تصور كلي يأخذ بجميع المكونات في إطار تصور اندماجي وتكاملي.

وفي هذا الإطار تنطلق الدراسات حول هذا الموضوع من جملة من القضايا الأساسية، التي تعكس اقتران الحراك الاجتماعي بالحراك السياسي – على سبيل المثال – في المجتمع المصري بعد ثورة ٢٥ يناير٢٠١١، ودور الإعلام الاجتماعي في تشكيل وعي الفئات الاجتماعية المختلفة، بآليات الحراك السياسي في المجتمع.

يرتبط الحراك السياسي بالحراك الاجتماعي، ومدى توفر عوامل اجتماعية وثقافية واقتصادية معينة، حيثُ أن الشعوب تنزع إلى الرغبة في

المشاركة السياسية؛ أي في إدارة الشأن العام متى توافرت هذه العوامل. وفي هذا الإطار يرى "سيمور ليبست" أن الديمقراطية هي الابنة الشرعية للطبقة الوسطى، فمع وجود هذه الطبقة وإسهامها المتزايد اقتصاديًّا وعلميًّا، فإنها تسعى إلى استكمال هذه الثنائية بإسهام سياسي يتجسد في الديموقراطية، ولذلك فإن الطبقة الوسطي هي الحاضنة للديموقراطية، فأبناء هذه الطبقة ينشئون علي عقيدة "الإنجاز" للحراك الاجتماعي إلى أعلى، وما تنطوي عليه من منافسه في (التعليم، الرياضة، البحث العلمي، التجارة، الثقافة و الفنون، وكذلك السياسة). وهكذا أصبح النضال من أجل التحول إلى الديموقراطية واستمرارها، مرتبطًا بظهور ونمو الطبقة الوسطى بكل شرائحها.

ويعبر مصطلح الحرمان الاقتصادي عن حالة نفسية واجتماعية تنشأ عن التناقض بين أوضاع الإنسان، أو المجموعة من البشر، وتطلعاتهم في الحصول علي الرفاهية، أو الأمن، أو التحقق الذاتي، وليس أوضاعهم الاقتصادية بحد ذاتها، ومن ثم فإن عمق ومدي الشعور بالإحباط الناتج عن إدراك الحرمان، يكون هو الحافز الرئيسي للعصيان الجماهيري.

ومن ثم فان المحرومين هم أكثر الأفراد شعورًا بعدم الرضا مع الأنظمة السياسية والاقتصادية القائمة، وتلك المعاناة تؤدي بالأفراد إلي تنظيم أنفسهم في محاولة لإجبار السلطات والمؤسسات علي تحسين ظروفهم، فالفقر والقهر يؤديان بالأفراد للثورة ضد الأوضاع القائمة.

ومن أهم المحاولات في تفسير قيام الثورات المحاولة التي قام بها "تيد

جور" في كتابه "لماذا يثور الناس؟" المنشور عام ١٩٧٠، والذي طرح فيه فرضية تقوم على أن الثورة هي نتاج تلاقى بين الحرمان وتدهور شرعية النظام السياسي، ونمو الأفكار الثورية على أي نحو، فكلما زادت رقعة الحرمان في المجتمع، وكلما تقلصت شرعية النظام، وكلما نمت الأفكار الثورية، كلما كانت قدرة الناس على الثورة والتمرد كبيرة.

وتحدد هذه النظرية مجموعة من الشروط لظهور السلوك الجمعي، من بينها الظروف البنائية التي تساعد على توليد الغضب والسخط لدى الجماهير، مثل انتشار الفقر، وغياب العدالة والمساواة، وميل الرأي العام إلى وفض النظام والمطالبة بإسقاطه، بالإضافة إلي وجود إجماع عام على تحديد مشكلات بعينها، إلي جانب وجود حادث أو عدة أحداث تشعل الموقف، أو نشوب أزمة من شأنها إضعاف الحكومة وتدهور قدرتها في المجتمع، إلي جانب القدرة على التنظيم والتعبئة من خلال الحركات الاجتماعية التي تنشأ احتجاجًا على الأوضاع القائمة.

وقد أشار روبنسون في دراسته عن وسائل الإعلام والثقة السياسية إلي مصطلح الآفة الإعلامية، ليشير إلى التأثير السلبي لوسائل الإعلام على الثقة في الحكومة، والذي يقود إلى تعزيز السخط السياسي عند الجماهير، من خلال رسائل اتصالية تحمل للجمهور عدم نجاح سياسات العمل الحكومية، وعدم استجابة المؤسسات الحكومية لاحتياجات الجمهور، فضلًا عن الإجحاف الإعلامي لأعمال المؤسسات الحكومية، والقائمين عليها باستخدام نمط التغطية الإخبارية التفسيرية السلبية لأعمال

المؤسسات الحكومية، مما يؤدى إلى تراجع الثقة الجماهيرية، ويعزز الأحكام الساخطة والسلبية نحو المؤسسات الحكومية والمسئولين الحكوميين.

وتسهم وسائل الإعلام في تعميق مشاعر الإحباط والسخط الاجتماعي من خلال تركيزها علي الأخبار السلبية التي تكشف عن عدم اكتراث المسئولين بأحوالهم، وإبراز تردي الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية لفئات المجتمع. فضلًا عن دورها في رفع تطلعات المواطنين، وهو ما قد تترتب عليه حدوث ثورة بحسب ما يرى الباحث ديفيز، الذي قدم صيغة تفسيرية لذلك تعرف بمنحني "J"، موضحًا أنه خلال فترة ارتفاع التوقعات، يميل خط الإشباع المتوقع للرغبة إلى الارتفاع، ويمضي موازيًا لهذا الخط "خط الإشباع الواقعي للرغبة"، وإذا وجد الناس قدرًا معقولًا مما يتوقعون وجوده، فليس محتملًا أن يقوموا بثورة.

وقد يمر المجتمع بمرحلة من تردي الأوضاع الاقتصادية فتحبط التوقعات، وفجأة تظهر فجوة كبيرة بين ما يريده الناس، وما يستطيعون الحصول عليه، وهو ما قد يؤدي إلي سخط الجماهير.

وعلى الرغم من ذلك إلا أن العلاقة بين الحرمان الاقتصادي وعدم الاستقرار السياسي أو الثورة ليست علاقة مباشرة، فهناك متغيرات وسيطة تؤثر علي العلاقة بينهم، فالحرمان الاقتصادي لابد أن يصاحبه وعي اجتماعي كعامل مساعد، حتى يؤدي إلي نتائجه الخاصة بالتوتر النفسي علي المستوي الفردي، ثم الغضب الاجتماعي علي المستوي الجماعي.

بعض علماء الاجتماع عارض التصور السابق، الذي لا يتبنى أو

يترك مجالًا لتفسير اقتصادي، بفعل الثورة في بلدان الربيع العربي عامة. حيث ذهب "عبد الإله بلقزيز " إلى التأكيد علي أن مجرد ارتفاع متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في البلدان العربية، ليس دليل علي تحسن الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية في هذه البلدان، حيثُ يرى أن الأرقام والنسب حمالة أوجه. فقد ترتفع معدلات النمو الاقتصادي، ولكنها لا تنعكس بالضرورة علي الاقتصاد الاجتماعي للدولة.

فلا الناس منها تستفيد، ولا أوضاعهم تتحسن، ولا يستقيم بنتيجتها توزيع الثروة على منهج العدالة الاجتماعية والمساواة. فالواضح في الاقتصاد الاجتماعي لمعظم البلدان العربية، أن الهوة بين الغنى والفقر تتسع، بحيث لا يسدها النمو المتراكم في الدخول العامة. بل إن الفقر والاحتياج يتناميان ويرتبطان ارتباطًا طرديًّا مع ارتفاع معدلات النمو، التي تحدث عنها البعض. فكلما تطور الأخير تداعى له الفقر والاحتياج، فليس من المنطقي أن يستبعد أثر الفقر في الثورة، لمجرد أن معدلات النمو الاقتصادي قد ارتفعت؛ لأنه علي الرغم من ارتفاع معدلات النمو، فإن معدلات البطالة قد ارتفعت أيضًا، والتهميش والنبذ قد زادت وطأتهما، كما أن الطبقة الوسطى قد انكمشت في نطاقه، وزادت ضمورًا. كما تفككت – في إطار هذا النمو الزائف – القوى المنتجة في الزراعة والصناعة، وتضاءل وزنها في ميدان الإنتاج. كما تضخم تأثير اقتصاد الخدمات الطفيلي، بما خلق أعباء كثيرة تضاف إلى سلم الحاجات والضرورات، التي تحاصر الفرد في مجتمعه.

لقد ظهر مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي، وتبلور قبل ظهور الإنترنت، فهو يعني ارتباط مجموعة من الأشخاص، أو المنظمات الاجتماعية فيما بينها بطرق أو روابط، تحدد من خلالها التفاعل الاجتماعي. ولكن مع الإمكانيات التي قدمها الإنترنت عبر شبكته العنكبوتية المنتشرة والنافذة، أصبحت الشبكات الاجتماعية أكثر حضورًا وتأثيرًا في الحياة العامة، وتمكن مستخدموها من نسج علاقات مع دوائر أوسع من الأشخاص، أو نشر معلومات شخصية أو عامة.

وقد تطور واتسع دور وسائل التواصل الاجتماعي الرقمي، وتدافعت مواقع التواصل "الفيسبوك، تويتر، اليوتيوب، إنستجرام، وغيرها "، لتشكل قوة إعلاميه شديدة النفاذ في أوساط الشباب بشكل خاص. وأتاحت تلك المواقع الفرصة ليتحول كل مشترك إلى مصدر لإنتاج المادة الإعلامية، واستهلاكها في الوقت ذاته. وقد اتسع نطاقها، وتعددت أساليب عملها، وأضحت بقوة الوسيلة الأكثر تأثيرًا في تعبئة الشارع السياسي، والشعبي لأهداف الحراك والسيطرة علي تطوراته.

وحدث أن تسيدت وهيمنت وسائل التواصل الاجتماعي علي ناصية الفعل القيادي، والحشد علي أوسع نطاق، فقد كان المتظاهرون يحققون تواصلًا مستمرًّا؛ لتقييم نشاطهم من خلال أجهزة الهاتف المحمول، والرسائل النصية، والتوظيف الواسع لممكنات شبكة الإنترنت وخدماتها المختلفة، وهم بذلك أضحوا داخل فعالية التغيير الاجتماعي، ومن المؤثرين باتجاهاتها، والفاعلين في تحديد نتائجها.

إن شبكات التواصل الاجتماعي في زمن الحراك الشعبي، تحولت في طبيعة وإطار استخدامها من ميادين التواصل الشخصي لتبادل الأفكار والمعلومات بين الواقفين علي أطرافها، إلى أدوات ثورية حقيقية وفاعلة في الشارع السياسي. ولم تستطع فقط أن تسهم في إسقاط النظام المستبد والقمعي فحسب، بل إنها حررت نفسها في الوقت ذاته من الأطر التقليدية، أصبحت اليوم تمثل موقفًا سياسيًّا بامتياز، وأسهمت في تشكيل قاعدة ما أطلق عليه "هابرماس" (المجال العام)، من أجل خلق مناخ ديمقراطي حقيقي، وتحقيق المزيد من التعددية الفاعلة في الإطار السياسي، والمشاركة في صنع القرار، وأدوات يحسب حسابها في إطار المساءلة والشفافية، والتصدي للفساد بكل أنواعه.

وتكشف نظرية الحشد عن أسباب ظهور الحركات الاحتجاجية، فهي ترى أن هذه الحركات تنشأ كنتيجة لتعمد الحكومات تجاهل المطالب الجماهيرية، وكذلك بسبب حالة الظلم والقهر والاستعباد التي يعيشها مجتمع ما في ظل نظام يتسم بالديكتاتورية، ووفقًا لها فإن عملية الحشد أو التعبئة في البداية تبدأ من خلال مجموعة من الناشطين، وسرعان ما يتعاطف معهم قطاعات عريضة من الرأي العام، وهو ما يطلق عليه "دائرة الضمير" ليتم تنسيق العمل بعد ذلك في مجموعات كبيرة من قيادة وتنظيم مسبق.

وتوضح الدراسات العلمية كيفية استخدام أعضاء الحركات الاحتجاجية لوسائل الإعلام في عملية التعبئة السياسية، فالحركات

الاحتجاجية تلجأ للفضاء الإلكتروني لعدة أسباب من بينها: التضييق علي الحريات، بالإضافة إلي كونها وسيلة لنشر المعلومات دون أي رقابة، فضلًا عن أنها ساحة للمناقشات الحرة لكافة المواطنين.

وتستخدم الحركات الاحتجاجية شبكة الإنترنت من المدونات والمنتديات والشبكات الاجتماعية في عملية التعبئة السياسية، من خلال تدشين حملات عبر هذه المواقع، تساعد علي تعريف مستخدمي الإنترنت بأهداف الحركات، وتتم عملية التعبئة علي مستويين: أولهما تكوين آراء عن هذه الحركات، وثانيهما يتعلق بمرحلة السلوك عقب اقتناع جمهور المستخدمين بأهداف هذه الحركات.

كما أن بعض الحركات تتمكن من استخدام هذه المواقع في عملية التعبئة السياسية من خلال: تأطيرها لبعض الأحداث، وخاصة المرتبطة بعدم المساواة، وانتهاك حقوق الإنسان، وعدم إتاحة الحق للأقليات في تقرير مصيرها، وكشف مظاهر الفساد، والتركيز علي سوء الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية.

الفصل الثامن

كيف استطاع الإعلام الاجتماعي أن يغير؟

إن السؤال الذي يطرح نفسه، كيف استطاع الإعلام الاجتماعي الجديد أن يساهم في التغيير السياسي في العالم العربي؟

الجواب يكمن في التفاعل بين التقنية والجمهور انطلاقًا من الحاجة، فالإعلام الجديد New Media، لم يعتبر جديدًا أو بديلًا، إلا لأنه وفّر للجمهور ما لم توفره التقنيات السابقة، لذا نعرض في دراستنا النقاط الآتية: دور مواقع الشبكات الاجتماعية، دور المدونات الإلكترونية، وصحافة المواطن، دور مواقع الفيديو التشاركي، ودور الفضائيات وتشبيكاتها مع الإنترنت.

أولًا ـ مواقع الشبكات الاجتماعية (الفيسبوك نموذجًا):

تعدّ مواقع الشبكات الاجتماعية من أكثر المواقع انتشارًا في العالم، وبات من لا يمتلك صفحة خاصة على أحد مواقعها، يبدو كأنه منعزل عن العالم. وتشير بعض الإحصائيات إلى أنّ من بين ٥٠ موقعًا الأكثر زيارة في العالم، نجد ١٠ مواقع للشبكة الاجتماعية في العالم العربي، اشتهر موقع الفيسبوك وانتشر بصورة مذهلة، واستطاع مستخدموه أن يستفيدوا من خدماته؛ ليحققوا أهدافهم في تحريك وتعبئة الجماهير لإسقاط أنظمتهم الاستبدادية.

يبلغ عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم العربي مطلع العام ٢٠١٢ أكثر من ٣٦ مليون مستخدم.

(وفق موقع http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/) **في ١٦ دولة، باستثناء سوريا، السودان، الصومال، موريتانيا، جيبوتي، وجزر القمر (لا إحصاءات تخصها). وإذا اعتبرنا العالم العربي أمة واحدة، فيكون موقعه الخامس في العالم.**

وقد ازداد عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم العربي قبل التحركات الشعبية وبعدها بكثرة، فقد كان عدد مستخدميه في ٢٠١٠ حوالى ١٩ مليون مستخدم، لكن هذه الأعداد ما لبثت أن تزايدت لتصل خلال الأشهر، التي تلت بداية التحركات الشعبية (أي في نيسان/ أبريل ٢٠١١، بحسب متابعتي لعدد مستخدمي الفيسبوك عبر المواقع الإلكترونية) إلى أكثر من ٢٦ مليون مستخدم، واستمرت في الازدياد حتى بلغت مطلع ٢٠١٢ أكثر من ٣٦ مليون مستخدم (أي لغاية شباط/ فبراير ٢٠١٢). هذا يعني أن مستخدمي الفيسبوك في العالم العربي، كانوا يزدادون في الأشهر الأربعة، التي أعقبت الثورة بأكثر من ٥٨٠٠٠ مستخدم في اليوم، لتستمر هذه الزيادة حتى مطلع شباط ٢٠١٢ بزيادة تفوق ٣٧٠٠٠ مستخدم في اليوم.

كما أن أبرز البلدان التي شهدت الاحتجاجات الشعبية، ازداد عدد مستخدميها للفيسبوك ما بين عام ٢٠١٠ ومطلع ٢٠١٢ إلى الضعف أحيانًا. وهذه الزيادة المتصاعدة للمستخدمين تفسر أهمية ودور هذا

الوسيط التواصلي ـ كتقنية ميديولوجية، ومن ثم تقنية ثورية ـ في تحريك الثورات العربية. ولو لم يكن الفيسبوك وسيطًا مهمًّا لما كان مستخدموه قد لجأوا إليه بهذا الشكل المتزايد.

ولابدّ من الإشارة في هذا السياق إلى أن الإمارات العربية المتحدة، هي أكثر دولة في العالم بالنسبة إلى مستخدمي الفيسبوك مقارنةً بعدد السكان (٥٦,٩٢% من إجمالي عدد السكان)، وبالدول المئة الأولى في العالم من مستخدمي الفيسبوك، تليها تشيلي (٥٤,٧٨%)، هونغ كونغ (٥٢,٣٦%)، قطر (٥١,٥٢%)، الدانمارك (٥١,٠٤%)، كندا (٥٠,٩٢%)، السويد (٥٠,٣٩%)، أستراليا (٥٠,٣٤%)، الولايات المتحدة الأميركية (٥٠,٨%)، تايوان (٥٠,٠٧%)، ما يُظهر مدى انتشار هذا الوسيط الإعلامي في المجال السياسي والاجتماعي، وكذلك الاقتصادي.

كما أن للفيسبوك مميزات عديدة، جعلته الوسيط الأفضل بالنسبة إلى الثوار، والمساعد في تحريك ثورتهم، منها:

١ ـ ميزة الاتصال السريع.

٢ ـ الأوفر.

٣ ـ سهولة الاستخدام.

٤ ـ شبابي.

٥ ـ متعدد اللغات.

٦ ـ حضوره الدائم (وخاصة من خلال خدمات الهاتف النقال).

٧ـ عالمي.

٨ ـ قدرته على التعبئة.

٩ ـ التوقع المسبق للحركة.

١٠ ـ خارج إطار السلطة السياسية.

١١ ـ ديموقراطي.

كل هذه المميزات وغيرها جعلت من الفيسبوك أداة أساسية في الضغط، وتصويب الهدف والنجاح في إسقاط الأنظمة. نتوقف عند ثلاث مميزات أساسية، بالرغم من أهمية المميزات الأخرى:

١ ـ ميزة الاتصال السريع:

من أهم مميزات الفيسبوك نقل الخبر بسرعة فائقة وآنية، إمكانية التفاعل مع الخبر والتعليق عليه، تبادل الرسائل والأفكار والآراء، نقل الصور والفيديوهات والتعليق عليها. فأي حدث يحصل في الشارع لا يحتاج إلا إلى بضع دقائق؛ ليصبح محورًا نقاشيًّا مدعمًا بالصور والفيديوهات والتصريحات والبيانات، ولتتوالى بعدها ردود الفعل والتعليقات والاقتراحات، والدعوات إلى الاحتجاج والتظاهر، ومن ثم نقل المحور النقاشي الافتراضي إلى أرض الواقع، بعد تحديد الزمان والمكان والشعارات، بما يتناسب مع حجم الحدث وظروف نشأته. كما أن هذه الميزة التواصلية ألغت الحواجز الجغرافية والزمانية، وجعلت الفضاء

الإلكتروني فضاءً مشتركًا للحوار، بالرغم من اختلاف الأمكنة والأزمنة، لأنّ الفيسبوك يسمح للحوارات بأن تحدث في لحظات مشتركة بين المستخدمين، على الرغم من اختلاف الأوقات أو الأزمنة المحسوبة بين الأمكنة المتباعدة. كما أنّ ما يميّز الفيسبوك أنّه وسيط تواصلي وتفاعلي، يجعل من كل مشترك متلقيًا للخبر وصانعه في وقت واحد، ما يسمح لأي متصفح بأن يتابع الأحداث، لا في بلده وحسب، بل في أي بلد في العالم، والتعرف على مجريات الأحداث، لحظة بلحظة، مدعمة بالصور والفيديوهات والتعليقات أينما كان وفي أي وقت. كما أنّ سرعته في نقل الأخبار تسمح للأحزاب والقوى الفاعلة، بتحريك التظاهرات وتوصيل آرائها وصوتها بسرعة كبيرة، تخدم التحركات الشعبية وتساعدها على تحقيق أهدافها.

٢ـ شبابي:

من خلال متابعة الإحصاءات التي يشير إليها موقع Socialbakers حول استخدامات الفيسبوك إحصائيًّا في أكثر من مائتي دولة، يتبيّن أنّ الموقع الشهير في العالم العربي هو تقنية شبابية بامتياز. ففي مصر ٩٥% من مستخدمي الفيسبوك تتراوح أعمارهم ما بين ١٣ و٤٤ سنة، وكذلك في اليمن ٩٦%، وفي فلسطين ٩٦%، العراق ٩٤%، تونس ٩٣%، ليبيا ٩٣%، البحرين ٩٣%. هذا ما يدل على أنّ من يتحاور ويتفاعل ويشارك، ويتحرك في الفضاء الإلكتروني هم الشباب، وهذا ما يجعل ثورتهم ناجحة، إذ إنّ أي ثورة تغييرية تحتاج إلى قدرات الشباب وحماستهم. وقد

ساهم الفيسبوك في أن يكون أداة ثورية لهذه الفئات العمرية، لكن من اللافت تفاوت مستخدمي الفيسبوك بين الذكور والإناث، إذ لا تزال نسبة الإناث متدنية في العالم العربي مقارنةً مع الذكور من جهة، ومقارنة هذه النسبة ما بين العالم العربي، والدول المتطورة من جهة أخرى.

٣ ـ قدرته الفائقة على التعبئة:

يستطيع المستخدم من خلال الفيسبوك، أن يستثمر جيدًا قدرته على تعبئة الجمهور من خلال المميزات، التي يتنوع بها (النص ـ الرسالة القصيرة ـ الصورة ـ الفيديو ـ التعليقات ـ الإعجاب بفكرة Like ـ إنشاء صفحات خاصة حول أي فكرة أو حدث Events...). وقد استفاد شباب الثورة من كل هذه الخدمات، حيثُ رفعوا الشعارات التي تحرك روح الثورة والغضب والاحتجاج في نفوس المتظاهرين، وعملوا على نشر الصور والفيديوهات، التي تنقل الأحداث بلحظتها، وتحافظ على نبض الشارع وحماسته، وحرصوا على توحيد جمهورهم الافتراضي، من خلال طلب توحيد الصورة التعريفية للمشترك Profile، من أجل زيادة الشعور بالتوحد على أنهم شخص واحد في الفضاء العالمي. ونشروا المقالات التي تساهم في زيادة وعي الجمهور، وكشف فضائح الأنظمة السابقة، وسرقة أموال الدولة، أو ارتكاب الجرائم بحق المواطنين، أو عقد الاتفاقيات بما يخدم مصالحهم الشخصية. ساعد ذلك على توعية الجمهور المغترب عن وطنه، ودفعه إلى التظاهر أمام سفارة بلده احتجاجًا على ما يحدث في وطنه الأم، ما عزز روح التضامن بين المواطنين كافة (المقيمين ـ المغتربين ـ

الافتراضيين). كما حددوا مناصري ومؤيدي الثورة ومن هم ضدها، فقد ضمّت صفحة باسم «Black list of enemies of the revolution القائمة السوداء لأعداء الثورة»، أسماء سياسيين وفنانين وإعلاميين ورياضيين ممن عارضوا الثورة، وأيدوا الأنظمة، في مصر وتونس وسوريا وغيرها. بالمقابل، ظهرت صفحات للمؤيدين للثورة الشعبية، ومنها حملت عنوان «القائمة البيضاء للفنانين والمشاهير المؤيدين للثورة الشعبية». كما لم تخلُ الروح الشبابية في توجيه الرسائل من خلال تأليف النكت اللاذعة للحكام، أو رسم الصور الكاريكاتورية، ولاسيما في مصر وليبيا وسوريا، كذلك اللافتات التي كانت تكتب على صفحات الفيسبوك، وعلى لافتات الميادين والساحات في آنٍ واحد. كل ذلك ساهم في تعبئة الجماهير، والسير قدمًا بخطوات ثابتة نحو التغيير، وتحقيق ما كان من الصعب تحقيقه. لقد عرف مستخدمو الفيسبوك أن يستفيدوا جيدًا من هذه الوسيلة الإعلامية والاتصالية؛ لتكون أداة ثورية تخدم قضيتهم.

ثانيًا- المدونات الإلكترونية وصحافة المواطن:

المدونات هي منتدى يستطيع الناس من خلاله مناقشة الأفكار والآراء حول مختلف الموضوعات. كما يستطيع أي مستخدم طرح الموضوع، الذي يريده ويعرضه للنقاش والحوار. ويبقى لكل مستخدم حرية الكشف عن هويته الشخصية، وصورته الحقيقية أو التخفي باسم مستعار وصورة مصطنعة.

وقد بدأ التدوين على الإنترنت في ١٩٩٩، إلا أنه بدأ ينتشر

ويظهر تأثيره منذ ٢٠٠٣ مع بدء الحرب الأمريكية على العراق. أما المدونات العربية فبدأت بالظهور في ٢٠٠٤، وزاد انتشارها وتأثيرها بدءًا من ٢٠٠٥ والذي تزامن مع بدء حراك سياسي في المنطقة، وبدء ارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير والإصلاح، وقد لعب المدونون فيه دورًا بارزًا، وشاركوا بقوة في الدفع نحو التغيير، وزيادة الوعي السياسي، وخاصة بين الشباب في دول مثل مصر وتونس وسوريا.

وقد حمل المدونون المصريون لواء المبادرة، واستطاعوا رفع هامش حرية التعبير بالرغم من القمع الممارس عليهم، عبر تسليط الضوء على قضايا سياسية واجتماعية عديدة.

يستخدم المدونون العرب تقنية الويب ٢ «Web 2.0»، ويقومون بربط مدوناتهم بمواقع مختلفة، مثل: ويكيبيديا، ويوتيوب، وفيسبوك، فضلًا عن المواقع الإخبارية.

وقد ساهم هذا النمط الجديد من الإعلام في ظهور الصحافي المواطن المشارك الفعّال في العملية الاتصالية، والمساهم في تغيير الكثير من المفاهيم الاتصالية الحالية. وأيضًا كثرت التسميات حول صحافة المواطن، التي يسميها البعض «صحافة التطوع»، وآخرون «صحافة الهواة» و«إعلام النحن» We Media، و«الصحافة القائمة على النقاش»، أو «صحافة المصدر المفتوح» أو «الصحافة التشاركية»، إلا أن ما يجمع كل هذه التسميات هو النشاط الصحافي الذي يقوم به المواطن، والمضمون الإعلامي المبني على الرسائل الموجهة إلى الجمهور.

وبالرغم من وجود عدد كبير من الصحفيين المحترفين في عالم المدونات، والذين يعملون في مواقع متخصصة لصحافة المواطن، إلا أن غالبية الممارسين لهذا النمط من الصحافة هم المواطنون الهواة، الذين استطاعوا أن يكونوا الخبر وصناعته في آنٍ واحد، وأن يصبحوا مراسلين حقيقيين للقنوات، والمؤسسات الإعلامية، وناقلين للمعلومات بشكل واقعي، وفي ذات اللحظة، وملامس للحدث.

وما يميز الصحفي المواطن عدم خضوعه للمحطة الإعلامية، التي كانت تهيمن على الخبر ونقله إلى الجمهور، فهو طليق في التعبير، وفي نقل الخبر بالصوت والصورة، وبشكل مباشر وآني وسريع، ما يجعل التحكم والسيطرة على الخبر من قبل السلطات أمرًا صعبًا. وقد حاولت السلطات الرسمية في الكثير من البلدان حجب بعض المواقع، أو المدونات ومنعها من النشر، إلا أنّ التقنيات الحديثة تتيح إمكانية بث الموقع من بلد آخر، أو من موقع إلكتروني آخر. وتسمح للمواطنين الافتراضيين بأن يتبادلوا الأخبار، ويسارعوا في نشرها ويفرضوا حضورهم على الإعلام التقليدي، واضطراره إلى نقل رسائلهم الإعلامية المتداولة والمتنقلة، وبثها ضمن فضائها.

كذلك سمحت تكنولوجيا الاتصال بالربط بين الحاكم والمحكوم، وبتطوير العملية الديموقراطية، من خلال تمكن الأفراد من الاطلاع على وثائق حكومية، أو زيارة المؤسسات السياسية والانتخابية، أو إجراء نقاشات جماعية عبر مختلف التطبيقات الإلكترونية، أو التواصل مع صانعي

القرار من السياسيين والإداريين، وهو ما يجعلها الوسيلة الإعلامية الوحيدة حتى الآن، التي تجعل أفراد الجمهور يتخاطبون مع صناع القرار، ومع السياسيين بصورة مباشرة.

ثالثًا ـ مواقع الفيديو التشاركي:

لعبت مواقع الفيديو التشاركي دورًا فعالًا خلال الحراك الشعبي في العالم العربي. فقد نقلت حقيقة ما يحدث في العالم الواقعي (باستخدام الهاتف المحمول في التصوير والتسجيل)، ونقله على شكل مقطوعات فيديو إلى مواقع متعددة، وتعميمه وتبادله بين الناس، مما ساعد في إيصال مشاعر الغضب والرفض عما يحدث، وتأهيل قبول الدعوة بالخروج إلى الشارع.

أشهر المواقع التي استخدمت خلال الحراك الشعبي العربي، هو موقع يوتيوب. تأسس هذا الموقع في أوائل عام ٢٠٠٥. وتمثلت رؤية يوتيوب في منح صوت لكل شخص، وتطوير الفيديو، وإنجاح الشركاء والمعلنين.

في العالم العربي، أحسن المستخدمون الاستفادة من هذا الموقع الذي تطور تطورًا مذهلًا. ففي مايو ٢٠٠٥ (سنة إطلاقه)، لم تكن مقاطع الفيديو المشاهدة في حينه تتجاوز ٨ ملايين مقطع فيديو يوميًّا، أما في العام ٢٠١٢ فقد وصلت إلى ٣ مليارات فيديو يشاهد يوميًّا، وفي عام ٢٠١٠ كان يتم تحميل ٢٤ ساعة من الفيديو كل دقيقة، أما في العام ٢٠١٢ فقد وصل إلى ٤٨ ساعة من الفيديو في كل دقيقة، أي حوالى ٧٠٠٠٠ ساعة يوميًّا، أي ما يوازي ٨ سنوات من المحتوى يوميًّا.

وقد ترجم محتوى يوتيوب إلى أكثر من ٤٣ لغة في العالم، ما جعل

٧٠% من حركة اليوتيوب من خارج الولايات المتحدة الأمريكية. كما أن تشبيكه مع مواقع الشبكات الاجتماعية زاد من الإقبال عليه، حيث يشاهد يوميًّا من خلال الفيسبوك ما يعادل ١٥٠ سنة من تسجيلات اليوتيوب.

ساهم اليوتيوب كوسيلة تنقل بالصوت والصورة المشاهدات الحية لأي حدث من الحياة اليومية، ونقله للتداول بين ملايين البشر في العالم، وبسرعة فائقة، إلى الكشف عن ممارسات الحكومات الحاكمة، وفضح وقائع القمع والتعذيب، وترويع المتظاهرين خلال الثورات العربية أو قبلها. إذ عمد المدونون الى كشف وقائع التعذيب، ونشروا فيديوهات تظهر رجال شرطة يقومون بتعذيب مواطنين داخل أقسام الشرطة.

أما خلال الثورات العربية فقد كثرت مقاطع الفيديو، التي لعبت دورًا مؤثرًا في تأجيج الجماهير وتعبئتهم، كذلك بتزويد المحطات التلفزيونية الفضائية بالأحداث الواقعية اليومية، التي تعبر عن حقيقة الميدان، بالرغم من رداءة الصورة في معظم الأحيان.

لقد أتاحت مواقع الفيديو التشاركي فرصة واسعة للمحتجين في التقاط زلات الأنظمة، وأهوال ردود الفعل الظالمة، ونقل غضب الشارع الثائر، هذا الأمر الذي كان حكرًا لتوه على الصحافيين المحترفين أصبح اليوم ممكنًا مع أي شخص، يحمل هاتفًا خلويًّا، وبإمكانه تصوير فيديو.

لا شكّ أن محتوى بعض الفيديوهات زائف، ولكن نظرًا إلى حجم المادة المتوفرة، فبالتأكيد يوجد هناك الكثير من الحقيقة. لقد اتسم رد فعل

الحكومات العربية بنوع من الفزع، تجاه هذا التدفق من الصور غير الخاضع للرقابة. لذا أمر المسؤولون في الكثير من البلدان العربية بحجب الموقع، أو حذف الكثير من مقاطعه. كل ردود الفعل هذه والكثير غيرها، تؤكد أن يوتيوب والمواقع الكثيرة المثيلة له، تمكنت من تقديم الحقائق القاسية لمن يرغب في الاطلاع عليها. وتكاملت هذه المواقع مع ما قدمته الفضائيات من مواد إخبارية، أظهرت تفاعلًا إعلاميًّا لم نجده من قبل بين الوسيط الإعلامي التلفزيوني، والوسيط الإعلامي الإنترنتي. هذا التفاعل الذي ساعد المحتجين على إيصال رسائلهم المحقة.

رابعًا- التحام الفضائيات مع الإنترنت:

رغم السرعة الهائلة التي انتشرت بها قنوات التلفزيون الفضائية العربية التي تملأ الفضاء، فإنّ ذلك لا يمثل شيئًا مقارنةً بما تقدمه شبكة الإنترنت، التي تمكّن الناس من الوصول إلى عدد غير محدود من مصادر المعلومات، بدءًا بوسائل الإعلام، وانتهاءً بالمدونات الناشئة، إضافةً إلى إمكانية التواصل مع بعضهم البعض. فالطبيعة التفاعلية للإنترنت جعلت منها أداة للتحاور، والتعبئة، ومنحتها القوة في التغير.

لقد كانت المحطات الفضائية مصدرًا للمعلومات، وما زالت طبعًا، لكن الجديد أنها لم يعد باستطاعتها أن تغفل المعلومات الصادرة عن الإنترنت، أو مبادرات المواطنين الصحفيين الذين أصبحوا مراسلين حقيقيين، يزودون المحطات الفضائية العملاقة.

هناك تفاعل بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد غير الرسمي،

مثال إيراد مدونين لمقاطع من CNN، ومتابعة نيويورك تايمز، وقناة الجزيرة، وغيرهم للمدونات.

لقد أنتج الإنترنت جيلًا رقميًّا يعتمد على البوابات الإلكترونية، مثل: ياهو وجوجل للحصول على معلوماته. هذا الجيل يعتبر أن الحصول على المعلومات مسار من المشاركة، كما يبدو ذلك جليًّا في شبكات الويكي، التي تسمح للقرّاء بتحرير المحتوى والمشاركة في إنتاجه، خلاف الجيل السابق من كبار السن، الذي ما زال متعلقًا بالريموت كنترول، وتقليب الفضائيات، والبرامج الحوارية للتزود بالمعلومات.

والآن نستعرض بسرعة وبشكل موجز، وأيضًا على سبيل المثال بعض النماذج، التي ربطت ما بين الإنترنت والفضائيات:

١ ـ نقاشات يوتيوب:

في واحدة من أولى عمليات دمج الويب مع التلفزيون على الإطلاق، شاركت «يوتيوب» مع قناة «سي إن إن»؛ لإنتاج نقاشين رئاسيين أساسيين أثناء السباق الانتخابي لعام ٢٠٠٨، والتي طرح فيها المقترعون أسئلة على المرشحين من خلال مقاطع فيديو «يوتيوب». ولقد جُمع ما يزيد على ٣٠٠٠ سؤال مصور بالفيديو لمرشحي الحزب الديموقراطي، وما يزيد على ٥٠٠٠ سؤال لمرشحي الحزب الجمهوري. وتمت مشاهدة النقاشات عشرات الملايين من المرات، ما ألهم مبادرات مماثلة من البرامج للانتخابات عبر العالم. ولقد تكرر هذا النموذج الآن عشرات المرات.

٢ ـ تصوير التصويت بالفيديو:

اشتركت كل من قناة «PBS» و«يوتيوب» مع العديد من المنظمات المدنية غير الربحية، والمعنية بالإصلاح الانتخابي في « Video Your Vote» (تصوير التصويت بالفيديو)، وهو برنامج تم تصميمه لتشجيع الناخبين على توثيق تجربة يوم تنتخابات ٢٠٠٨ الأميركية الخاصة بهم بالفيديو. وكان الهدف زيادة شفافية العملية الديموقراطية، وإنشاء سرد ثري للعملية الانتخابية عبر المجتمع. فقد تم إرسال أكثر من ٢٥٠٠ مقطع فيديو إلى قناة «Video Your Vote» على «يوتيوب» من الولايات الخمسين جميعها، مع عرض أفضل ما أرسل في تغطية البث الإعلامي ليوم الانتخابات على برنامج «نيو آور»، على قناة «بي بي إس» « PBS NewsHour»، وعلى صفحة يوتيوب الرئيسية.

٣ ـ تزويد الفضائيات بالمعلومات الميدانية من الإنترنت:

اعتمدت الفضائيات خلال تغطيتها لأحداث الثورات العربية كثيرًا على المواقع الإلكترونية الخاصة بالثوّار، إذ شاهدنا لقطات الفيديو المأخوذة من موقع «يوتيوب»، والمصورة من المواطنين مباشرة، أو تعليقات من شهود عيان لما يجري على أرض الواقع، أو الطلب من المواطنين تزويد الفضائيات بالمعلومات، وإرسالها على روابط إلكترونية تعرضها في أسفل شاشتها. ومن الأمثلة على ذلك «المرصد السوري لحقوق الإنسان»، الذي تعتمد عليه الفضائيات في معلوماتها حول ما يجري من أحداث دامية في سوريا، والذي يزود المحطات بمواقف المعارضة

وتحركاتها، وبأعداد الضحايا، ومشاهد التظاهرات، وكل التحركات الميدانية.

لقد استفادت المؤسسات الإخبارية الكبرى من لقطات الفيديو التي تُعرض على الإنترنت. كما أن وتيرة زيادة أعدادها هي في تراكم مستمر وعلى نحو يومي، وهو ما يقلص من اعتماد مستهلكي الأخبار على المؤسسات الإخبارية التقليدية، أمام ما توفره وسائط الإعلام الجديد من مصادر متنوعة وغنية للمعلومات.

في المقابل، لعبت الفضائيات دورًا بارزًا في تغطية الأحداث خلال الثورات العربية، وكان لها الحضور الإعلامي البارز والمؤثر في نجاح الثورات، خاصةً وأنها ما زالت تحظى بجمهور واسع في جميع أنحاء العالم.

ويمكن بشكل عام إيجاز هذا الدور في النقاط الآتية:

١ ـ أسهمت الفضائيات في استكمال التعبئة باستخدام الإنترنت، من خلال عرض الأحداث اليومية للحراك الشعبي، ونقل وقائعه والتذكير بمواعيد التظاهرات، والتعريف بها، والتأكيد على عزم المتظاهرين، وبيان ما يثار من محاولات إحباط، وإثارة البلبلة بين المتظاهرين، والرد على ذلك. فكانت الفضائيات الرابط والواصل لجموع المتظاهرين، والحرص على نقل آرائهم مباشرةً من الميدان، أو متابعة تحركاتهم عبر الإنترنت، والمدونات الخاصة والفيديوهات التي يعرضونها.

٢ ـ ساعدت الفضائيات في إكساب تعاطف بالغ للثوار والثورة من

خلال عرض فعاليات الثورة، والاستماع إلى رؤية الثوار وتصريحاتهم، ومرافقة ذلك بعرض آراء المعلقين والمحللين السياسيين، الذين يؤكدون على أحقية هذا الحراك ووجوب استمراره ليحقق أهدافه. كل ذلك زاد من حماسة الجمهور، ومن ثم زيادة الراغبين في الانضمام إلى الثوار ومؤازرتهم، أو التضامن معهم عبر وسائل الاتصال الحديثة، مُعبرًا عن تأييده لهم بالرأي والموقف.

٣ ـ استطاعت الفضائيات أن تنقل مظاهر الثورة، وسلوكياتها ومفرداتها وأساليبها من بلد إلى آخر، إذ إنّ شعار «الشعب يريد إسقاط النظام» بات شعارًا موحدًا لا نعرف للوهلة الأولى أين يهتف. هذا التعميم السلوكي الثوري لا يحدث إلا بفعل الشحنات الإعلامية المتكررة، التي ما زالت الفضائيات مؤثرة فيه لدرجة كبيرة.

الإعلام الاجتماعي وحراك التغيير

لا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. فالمضمون الذي تتوجّه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي إلى إدراك الحقيقة فقط، بل إنه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل إشكالياتها.

ولكن حتى يحدث التغيير في المجتمعات، لابد من أن يصاحبه تغيير في "الذهنيات والعقليات، وفي البنية الثقافية ككل حتى يتم التأقلم مع الأوضاع الجديدة. وبالمقابل كل ما يطرأ من تبدل قيمي أو مفاهيمي

"ايجابي" يحدث تغييرًا في الممارسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية تؤثر في بناء المجتمع العربي".

وهناك شبه اتفاق بين الباحثين على أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال، والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وتأتيان نتيجة لميزة حيوية رئيسة هي التفاعلية.

فإذا ما كان الإعلام الجماهيري واسع النطاق، فإن الإعلام الشخصي هو إعلام الحاضر والمستقبل، وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلابي لنموذج الاتصال الموروث، بما يسمح للفرد العادي بإيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل، وفقًا لنموذج الاتصال التقليدي. فضلًا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص، وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية، فالإعلام لا يعمل في فراغ، بل يستمد من السياقات الاقتصادية والسياسية والثقافية، سواء كانت محلية أم إقليمية أم دولية.

ولكي نفهم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في منظومة "الإعلام البديل" يجب أن نضعها في النظريات السياسية والديمقراطية التي وفرت سندًا نظريًّا وفكريًّا لهويتها وممارستها، ويتطلب مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يلتزم بعضها الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضها يعلق على الموضوع من جانب الدراسات الاجتماعية

والسياسية وغيرها، لذلك تشدد نماذج الديمقراطية القائمة على المشاركة على أهمية مشاركة المواطنين، وانخراطهم الأكثر فاعلية ونشاطًا في المؤسسات الديمقراطية.

ويمكن أن تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل طاقات الإنسان، وتوجيهها للإبداع في إطار تطوير القديم، وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بث معلومات، بل في تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث.

ولا شك أن هذه الشبكات قد اسهمت في رفع مستوى الوعي لدى الشعوب، وتأكدها من أنها هي مصدر الشرعية، تمنحها لمن تشاء وتزيحها متى بدا لها ذلك. وأن هذه الشبكات قد أفرزت قيما جديدة، لعل أهمها بالمطلق القبول بالآخر في تنوعه واختلافه وتباينه، وهذه الشبكات أبانت بأن ثمة شعوبًا حية ويقظة، حتى وإن خضعت لعقود من الظلم والاستبداد.

وقد ارتكزت الدراسات العلمية حول وسائل الاتصال الحديثة على نموذجين تفسيريين:

الأول- الحتمية التكنولوجية:

ويتبنى فكرة قوة التكنولوجيا أنها وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيا تهلل لهذا التغيير، وتراه رمزًا لتقدم البشرية، وعاملًا لتجاوز إخفاقها في مجال الاتصال الديمقراطي

والشامل الذي تتقاسمه البشرية. والنظرة التشاؤمية التي ترى في التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية.

الثاني- الحتمية الاجتماعية:

وترى أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها. وأن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجية الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما هو تقني ويتمتع بديناميكية قوية، يوجد في حالته النهائية، كما أن البُنى الاجتماعية ليست منتهية البناء.

وتنطبق هذه الحقيقة على المجتمعات العربية التي تعرف حركية اجتماعية متواصلة لم تفضِ إلى صقل اجتماعي تتمايز فيه البنى الاجتماعية والسياسية، فالقوى الاجتماعية المتدافعة، في المنطقة العربية، ما زالت قيد الصياغة. كما أن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني، وما هو اجتماعي، لأنهما يتفاعلان، باستمرار، في الحياة اليومية.

بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوجِ ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقني، أو ما هو اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له.

وقد أدى النمو الهائل في استخدام الإنترنت، إلى جعل الباحثين يزيدون في مجال الاستخدامات من اهتماماتهم، والتحول من البحث في كيف يستخدم الأفراد الإنترنت إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط، وقد أكد كل من "روزنجرين" و"وينداهل" أن نموذج الاستخدامات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال، ويبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلًا عن أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته.

ولتحديد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة، فإن كثير من الدراسات السابقة تحققت من الافتراض بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولتجديد دوافع الاستخدام. وأن الناس يستخدمون الكمبيوتر لإشباع:

– الحاجات الشخصية على سبيل المثال السيطرة، الاسترخاء، السعادة، والهروب.

– الحاجات التي يمكن إشباعها تقليديًّا من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي، وتمضية الوقت والعادة، واكتساب المعلومات، والتسلية.

ويعدّ هذا المدخل، مدخلًا اتصاليًّا سيكولوجيًّا، فقد افترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تدفعه لاستخدام الانترنت كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته، وتطبيقًا على ذلك فإن فئات جمهور مستخدمي الإنترنت أكثر نشاطًا ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي. ومن

المتوقع أن يتخذ الفرد قراره في الاستخدام عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها، ويتمثل الاستخدام في اتجاهين:

الأول– الاتصال بالآخرين عن طريق الوسائل المتاحة على الانترنت، سواء كان المستخدم مرسلًا أم مستقبلًا.

والثاني– تصفح المواقع المختلفة لتلبية الحاجات.

وقد برزت نظرية التسويق الاجتماعي بين نظريات الاتصال المعاصرة، لتجمع بين نتائج بحوث الإقناع، وانتشار المعلومات، في إطار حركة النظم الاجتماعية والاتجاهات النفسية، بما يسمح بانسياب المعلومات وتأثيرها، عن طريق وسائل الاتصال الحديثة ومنها "مواقع التواصل الاجتماعي"، وتنظيم استراتيجيات عن طريق هذه النظم المعقدة، لاستغلال قوة وسائل وأساليب الاتصال الحديثة لنشر أطروحات وأيديولوجيات يراد نشرها في المجتمع.

ويمكن النظر للتغير الاجتماعي برؤية "حتمية" التحول في مسارين رئيسيين:

أولها– ما يعرف "بالحتمية التقنية"، وثانيهما– ما يعرف "بالحتمية الاجتماعية، وإن لكلا المسارين وجهات نظر تدعم تفسيره، إلا إن التفسير الذي قدمه بعض المفكرين "في اختلاف معدل التغير، نتيجة التأثير التقني في المجتمعات يعدّ الأساس في التحليل الاجتماعي لتقنية الاتصال، مع احتمال "حدوث تصادم بين "التغير التقني والتغير الثقافي"، ويترتب عليه

خلل وظيفي مما يؤثر في تفكير أفراد المجتمع، وتتوتر القيم والإيديولوجيات السائدة.

وتبرز الحتمية الاجتماعية في مقابل الحتمية التقنية على أساس "أنّ القوى الاجتماعية بأنواعها تمتلك زمام تطور التكنولوجيا، وتؤثر في تطويرها وتوجيهها". وتبنى هذا الاتجاه، الأمريكي لزلي وايت الذي يرى أن النسيج الاجتماعي هو الثقافة المتقدمة بخطى التكنولوجيا، وتبنى المجتمعات البشرية ثقافيًّا بواسطة المادية التكنولوجية، وتبنى اجتماعيًّا بفعل التطور الاجتماعي، بمعنى جدلية الاجتماع/ التقنية".

وتعدّ وسائل الاتصال عنصرًا أساسًا في المجتمع، لكن النظر إليها على أنها أساس التغير الاجتماعي ينقلها إلى دائرة "الحتمية"، وتؤدي الإيديولوجيا السياسية والاجتماعية إلى تغير واسع في حياة المجتمع، أكثر من تأثير الثقافة المادية في بعدها التكنولوجي، ولكن يصعب قياس هذه التغيرات مما أدى إلى إطلاق النظرة النسبية. ثم ظهر مفهوم الحتمية المعلوماتية في بداية الألفية الثالثة، إذ "لم يعد يقاس مدى تقدم الدول، على أساس نتاجها القومي، بل إجمالي نتاجها المعلوماتي القومي".

ولا يمكن القول إن عوامل التغير يمكن تعليلها بعامل وحيد، إذ يبين الواقع تساند عوامل عدة، "اقتصادية، وتعليمية، وأيدي عاملة، وجغرافية، وتكنولوجيا، وقادة مخلصون، وإعلام مسؤول، وأيديولوجيا موجهة"، تتفاعل هذه العوامل لإحداث التغيير.

ويُعدّ التحوّل عبر التطوّر التكنولوجي هوّ جوهر الإعلام، وما يبدو

اليوم جديدًا يصبح قديمًا بظهور تقنية جديدة، ألم يكن الإعلام جديدًا مع ظهور الطباعة، والصحافة، والإذاعة، والتلفزيون، كلّ ذلك لأن طبيعة التحوّل التي تقود إليها التقنية، في بعدها العلمي والأيديولوجي، تقتضي النّظر في أمر ما يسمّيه مارشال ماكلوهان بالحتميّة التكنولوجيّة. فمفهوم الإعلام الجديد هو في واقع الامر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل.

ويبدو أنّ الإعلام البديل هو فرصة المجتمع المدني ليقدّم مكوناته المختلفة، ليتعرفوا بعضهم على بعض، وليتحاوروا فيما بينهم، وهو الامكانية المفتوحة لكلّ مواطن للدخول بحرية وبفعالية للاتّصال مع مواطن آخر، أو مجموعة أخرى في جوّ من التسامح والاحترام المتبادل، ويبدو أن للإعلام البديل مهمة تتمثل في وضع الأفراد المهمّشين والمجموعات في علاقة اتصال فيما بينهم. وأيضًا رهانًا استراتيجيًّا، فهو لا ينفصل عن التنشيط الاجتماعي، إذ إنه في احترام الحرية الشخصية لِكُلّ فرد، فهو لذلك يستهدف تفعيل تجارب الحوار ما بين الثقافات والإثنيات التي تتعايش، وهي تتصادم، وتتجاهل بعضها البعض.

ويقود الإعلام البديل ظاهرة إبراز الحقائق، وتتشكل الأجندة الإعلامية، عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها، ولهذا يتوجب من المجتمع المدني بذل جهود كبيرة ليكون جزءًا من الأحداث، وعندما نتحدّث عن الإنترنت وعن الثورة الاتصاليّة، وعن كيفيّة استثمارها وتوظيفها من قبل مكوّنات المجتمع، فإنّنا نتحدّث بالضرورة عن الصحف الإلكترونيّة والمدونات ومواقع الفيس بوك وتويتر واليوتيوب وغيرها من

التطبيقات، والتي لم تعد تنتظر الحصول على التأشيرة الحكوميّة، ولم تعد القيود القانونيّة عائقًا أمام تحرّكاتها..

ونظرًا لنجاحها وقدرتها على التعبير عن مطالب وتطلّعات الفئات المهمّشة، فإن مواقع التواصل الاجتماعي تشهد تزايدًا مطردًا في عددها، وفي عدد من يستعملونها، وأسهمت في جذب الأنظار لعدد من القضايا أثارت الرأي العام، وأرغمت حكومات كثيرة في اتخاذ قرارات ضد رغبتها.

الفصل التاسع

ماهي طبيعة العلاقة بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني؟

انتشر في السنوات الأخيرة مصطلح المجتمع المدني في الأدبيات العربية للتعبير عن القوى الاجتماعية المختلفة والمتعددة التي تنشط في المجتمع، وتتكون من شبكة العلاقات التي تقوم على الاختيار والاقتناع والحرية. في إطار منظم بهدف تحقيق مطالب واحتياجات الجماعات التي تمثلها.

ويتكون المجتمع المدني من مختلف التنظيمات والفعاليات داخل المجتمع يعمل على إفراز فضاء مستقل منتج لقيم العدالة الاجتماعية والمساواة والحرية، ووجود توازن بين القوى الاجتماعية.

كما يعمل المجتمع المدني على تنظيم العلاقات داخل تنظيمات مدنية تحقق استقلالًا نسبيًّا عن الدولة من ناحية، وعن قوى السوق من ناحية أخرى. فالحياة المدنية هي الفضاء الطبيعي للعمل الحر الذي تنمو فيه قدرات البشر وإمكانياتهم على حب الاستقلال، ونبذ التسلط والقمع.

ويعتمد المجتمع المدني في أنشطته، وفي تحقيق أهدافه على وسائل الإعلام الجديدة خاصة الإنترنت على رفع مستوى المعرفة السياسية من خلال نشر الوعي لدى الأفراد، واستخدامها كوسيلة لنشر الثقافة وتوعية الجمهور، وزيادة اهتمامه بالشئون السياسية.

لم يعد كافيًا لمنظمات وهيئات وجمعيات المجتمع المدني مجرد التحدث وعرض الأهداف والحقوق فحسب، لا، بل باتت مسألة التغيير ضرورية، ينخرط فيها المجتمع المدني بكل مكوناته الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، بما فيه وسائل الإعلام التي تلعب دورًا حيويًّا في التوعية والتعبئة والمتابعة والرصد والتنظيم.

وفي مراحل التخطيط للحملات الميدانية التي تقوم بها منظمات المجتمع المدني، والتي تستهدف التغيير على مختلف مستوياته، يلعب للإعلام دورًا بارزًا، وفق ما يطلق عليه اصطلاحا "الاستراتيجية الإعلامية الفعالة".

وفي هذا السياق، ولكي يتمكن المجتمع المدني من الاستفادة القصوى من الإعلام، لابد من الإجابة على أسئلة حيوية:

كيف ينشأ تحالف بين منظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام؟

وكيف يتم التخطيط للحملة الإعلامية، ومن ثم التوجه نحو وسائل الإعلام واستثارتها؟

كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تسهم إلى جانب مؤسسات المجتمع المدني في الحملات كشريك معني في عملية التغيير؟

ومن أجل إقامة علاقة متينة بين وسائل الإعلام والمجتمع المدني يجب:

– مراعاة المصالح المشتركة لكلا الطرفين.

– تسعى منظمات المجتمع المدني لتأمين التغطية الإعلامية للنشاطات

والتحركات التي تقوم بها، وهو دور أقرب لأن يكون إعلانيًا، فيسهم في الترويج للقضايا التي تعمل عليها، وفي توعية الجمهور لها.

– أن تنخرط وسائل الإعلام في الحملات، وتتبناها كإحدى قضاياها الأساسية، فتسهم في إثارة الرأي العام وتعبئته، لا، بل تساهم في صناعة رأي عام قادر على الاستجابة إلى تحديات التغيير.

– لابد من تغيير وجهة الاهتمام لدى الإعلام. فغالبًا ما تستقطب الإعلام القصص المثيرة، والوضع الأمني في البلد، أو الوجوه السياسية، وممثلو الحكومات،وأعضاء البرلمان، فيعطونهم الأولوية والاهتمام على حساب الأنشطة التي تنظمها منظمات المجتمع المدني. ومن ثم على هذه الأخيرة أن تراعي قدر الإمكان هذه الحاجة التسويقية، وتسعى إلى توفيرها من غير أن يؤثر ذلك على مضمون الرسالة المطلوب إيصالها للمواطن.

– ضرورة بناء الثقة بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني التي تشكك بكفاءات الإعلاميين، وعدم اطلاعهم على الملفات بشكل كاف ودراستها، بما يمكنهم من التعبير عنها بطريقة جيدة. وبالمقابل، يعتبر الإعلاميون أن منظمات المجتمع المدني لا توليهم الاهتمام الكافي، ويتهمونها بحب الظهور، وبمحاولة تلميع صورتها وبالوصولية والانحياز إلى جهاتها المانحة، وأن أغلب هذه المنظمات هدفها البحث عن المال فقط. على وسائل الإعلام والإعلاميين أن يركزوا على مضمون الرسالة ويعملوا على إيصالها إلى المواطنين بأكثر الوسائل المهنية الممكنة بمعزل عن موقفهم من هذه المنظمات.

- العلاقة بين الإعلام والمجتمع المدني هي علاقة تكاملية مترابطة، فالمجتمع المدني لكي يكون قويًّا وفعالًا يحتاج إلى إعلام مستقل يدعمه، وينشر أفكاره بين الجماهير، والصحفيون يحتاجون إلى منظمات المجتمع المدني التي تعمل بين الجماهير لتمدهم بالأخبار والأفكار والحلول لمشكلات هذا المجتمع، وأيضًا للدفاع عن الصحفيين أنفسهم في مواجهة تعسف السلطة أو جور مؤسساتهم، والاثنان (المجتمع المدني والإعلام) لا ينعمان بالعيش، ولا يستطيعان أن يمارسا مهامهما إلا في ظل وجود قضاء مستقل ونزيه يحميهما من تغول السلطة، أو تخلف المجتمع.

ومن ثم لا يمكن تصور وجود مجتمع صحيح وراق ومتقدم يفتقر إلى علاقة صحيحة ومتوازنة بين المجتمع المدني ووسائل الإعلام.حيث يمكن القول إنها "علاقة تأثير وتأثر"، وفي مراحل التخطيط للحملات الميدانية التي تقوم بها منظمات المجتمع المدني، والتي تستهدف التغيير على مختلف مستوياته، يلعب للإعلام دورًا بارزًا، وفق ما يطلق عليه "الاستراتيجية الإعلامية الفعالة".

ويرى عدد من الباحثين أن ضعف أداء وسائل الإعلام في المجتمع يعود بالدرجة الأولى إلى ضعف المجتمع المدني، انطلاقًا من مبدأ أن الإعلام هو مرآة عاكسة للوسط الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي الذي يوجد فيه، ويتفاعل معه.

فإذا كان المجتمع المدني ضعيفًا، فهذا ينعكس سلبًا على أداء المؤسسات الإعلامية في المجتمع، فالإعلام القوي والفعال لا ينمو ولا

يتطور ويزدهر إلا في مناخ الديمقراطية والحرية والرأي، والرأي الآخر ووجود القوى المضادة والفاعلة في المجتمع، التي تراقب وتنتقد وتعمل من أجل مشاركة الجميع في تحقيق المساواة والعدالة في المجتمع، وفي جعل كل فرد في المجتمع مسئولًا وواعيًا وحرًّا.

لكن ما زال العالم العربي يعاني من فجوة كبيرة بين الشارع والوسيلة الإعلامية، كما أنه يعاني من ضعف المجتمع المدني الذي ما زال عاجزًا عن التفاعل مع الشارع العربي والمؤسسات الإعلامية العربية بطريقة إيجابية وفعالة. من جهة أخرى نلاحظ أن المنظومة الإعلامية في العالم العربي تعاني من التبعية والاغتراب والانسلاخ، وابتعادها عن الشارع العربي وهمومه، ومشاكله الحقيقية.

كما تسود نظرة لدى البعض في المجتمع المدني إلى الإعلام كناقل لخبر أو حدث معين بعيدًا عن تأثيره في ذلك الحدث، وفي التعريف به، وفي صياغة وتحرير اتجاهاته الأساسية، ضمن رسالة تساهم في توجيه الرأي العام.

ومن ينظر إلى الإعلام بهذه النظرة يكتفي بما يعتبره شهادة توثيق حصل عليها من تناول إعلامي سطحي عن نشاطه، أيًّا كان مستواه أو أثره، وقد ساعدت وسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية على تعميق هذا المفهوم الخاطئ.

وينبغي أن ينظر المجتمع المدني إلى الإعلام كوسيلة تؤدي إلى جانب نقل الأحداث، وظائف التربية والتثقيف، وإعادة تشكيل الوعي وتزويده

بوسائل التفكير وتمكينه من الرؤية، وتكوين الآراء والاتجاهات.

بمعنى آخر ينبغي النظر إلى الإعلام كعنصر من عناصر ثقافة المجتمع المدني، يؤدي دوره الحقيقي في الحياة المجتمعية، كوسيلة للتثقيف وتشخيص مواضع الخلل في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية.

وفي المقابل نجد أن اهتمام مختلف وسائل الإعلام بمنظمات المجتمع المدني، يركز على تغطية الأنشطة التي تقوم بها تلك المنظمات بصورة آنية وسطحية، دون متابعة أهم القضايا التي تثيرها تلك المنظمات، ومحاولة توسيع نطاقها للوصول عبرها إلى نتائج أكثر إيجابية، لصالح الطرفين، ولصالح المجتمع ككل.

وعلى الرغم من أن المنظمات الحقوقية المدنية قامت وما زالت تقوم بأدوار مهمة في توسيع مساحات الحرية، ومساعدة المجتمع المدني على النهوض، إلا أنها لم تنجح بشكل كاف في أن توصل رسالتها إلى المجتمع، كما أنها تعاني من معوقات لا تؤهلها للتعامل الكفء مع الإعلام لعدة أسباب:

– تبني وجهة نظر واحدة، دون التحقق من صحتها، فمثلًا التقارير التي تصدرها هذه المنظمات، فرغم خطورة ما تتضمنه، إلا أن الأمر في الأغلب الأعم يتوقف عند حدود إصدار هذه التقارير.

– منظمات المجتمع المدني تفتقد خبرة التسويق، فلا تهتم بجاذبية مطبوعاتها وإصداراتها، ومواقعها الإلكترونية، ربما لأنها لا تعتمد على

محترفين، وربما لأنها لا تنطلق من أن دورها هو جذب الجمهور لرسالتها، وبالأدوات المتعارف عليها..

– لا تتعامل منظمات المجتمع المدني بكفاءة مع الصحفيين والإعلاميين، ربما لأنها لا تتفهم أن هذه المهنة لها متطلبات، ولا تضع في اعتبارها أن العلاقة مع الإعلام، ومع المجتمع كله تحتاج إلى حملات تسويق مبتكرة، وقادرة على الجذب والحشد.

وهنا نشير إلى ما طرحه الباحثان الأمريكيان هما "جون أركيلا" و"دايفيد روزفلت" في كتابهما "انبثاق سياسة المعرفة" الصادر عام ١٩٩٩، بخصوص ما أسمياه: نظريةَ "الحرب المعرفية الافتراضية"، ومفادها أن حروب المستقبل يجب أن تواكب التحولات الاجتماعية العميقة في بُنى المجتمعات. ومن ثم فإن إدارتَها الرئيسة ستكون إعلامية، وليس عسكرية.

فالإعلام ميزة فيزيائية، ولا فرق بينه وبين الطاقة والمادة. فمن السذاجة الاستمرار في قبول التعريفات التقليدية للإعلام، على أنه "مرسل" و"مستقبل" و"أداة اتصال"، فهذه مجرد عناصر. أما القيمة الرئيسية فهي لـ "الرسالة" التي يمكن عن طريقها خوض الحرب عبر الشبكات "Networks". فحروب الغد لا يكسبها من يملك القنبلة الأكبر، بل يربحها ذلك الذي يمتلك "الرسالة الفُضلى"، ويقدر من ثمَّ على الإخبار بها.

ولأن الرسالة تفقدُ أيَّ قيمة لها، بل تفقد مبرر تسميتها رسالة، إذا بقيت في حوزة مُنْشِئِها، ولم تنتقل إلى "المتلقي"، فإن التفاعل بين المتلقي والمرسل للتعاطي الفعال والإيجابي مع "الرسالة" يتطلب أداةَ اتصالٍ قادرةً

على تحقيق هذه الغاية، لذلك يؤكد الباحثون على أن أي نشاط على الإنترنت لا يكون له تأثير ملحوظ، إلا عندما يصل إلى رجل الشارع، ساعتها يكون تأثير هذه الشبكات الاجتماعية غاية في الأهمية.

ولكن خطَّ سيرِ الرسالة الإعلامية التقليدية مشوبٌ بالمعوقات والعراقيل القائمة على احتكار مصدر المعلومة، وعلى مراقبة مضمونها ومصدرها ونمط تدفقها، من قبل الأنظمة والحكومات صاحبة الهيمنة عليها. لذلك كان لتحرر وسائط "الإعلام الاجتماعي" الجديد من تلك العوائق، أكبر الأثر في تغيير مفاهيم ودلالات مراكز القوى في الحروب الإعلامية الراهنة والقادمة.

ولا شك أن وسائل الاتصال الجماهيري هي التي تنتج الوعي الاجتماعي وهي التي تكرس القيم والعادات والتقاليد والنسق القيمي والأخلاقي في المجتمع، ومن ثم فهي مطالبة بنشر ثقافة المجتمع المدني، وثقافة الوعي الاجتماعي بالقضايا الأمنية. ووسائل الإعلام الحديثة بأذرعها المختلفة هي الأدوات التي تنمي الثقافة المدنية، وتعمل على نشرها وتقويتها والتصدي لثقافة العنف والتطرف، والإقصاء والفردية والمادية، ورفض الآخر والسلوك المنحرف، والجريمة والسرقة والإرهاب، ومختلف الآفات الاجتماعية الأخرى. والمجتمع المدني هو وعي وثقافة وقيم ومبادئ تُترجم إلى سلوك، وعمل يومي يؤمن بروح الجماعة، والمصلحة العامة.

الفصل العاشر

استراتيجيات الإعلام في التلاعب بالعقول

الكاتب نعوم تشومسكي، الفيلسوف الأمريكي وأستاذ علم اللغة، كتب مقالًا عنوانه "استراتيجيات الإعلام في التلاعب بالعقول" يكشف عن كيفية استخدام الإعلام في التضليل، وفي التلاعب بالعقول، أي في عكس الأغراض المعلنة منه، وهو في مقاله قام بتجميع قائمة من عشرة استراتيجيات، هي الأكثر فعالية وتأثيرا التي يستخدمها "أسياد العالم" لتأسيس سياسة التلاعب بالناس من خلال وسائل الإعلام.

والاستراتيجيات العشرة موضوعة بإتقان، وصالحة للتطبيق حتى في البلدان التي لديها أفضل النظم التعليمية، فتستسلم لقوة وإرهاب تلك المافيا الإعلامية. حيث يتم الإبلاغ عن أشياء كثيرة في الأخبار، ولكن القليل فقط هو ما يتم شرحه وتفسيره.

وهنا نتذكر مقولة الباحث في الإعلام "ريتشي" حول التوجه الصحفي لتحقيق التوازن بين القصص ووجهات النظر المتعارضة، وهو ما يؤدي إلى الميل نحو بناء قصص حول المواجهة بين الأطراف والخصوم، في حين لا تجد قضايا مثل القمامة مثلًا أو المجاري إلا تغطية بسيطة، على الرغم من أهميتها، أو عندما يكون هناك خلاف على موقع مكب النفايات أو المحرقة، وتحدث التغطية بعد ذلك غضب المواطنين المتضررين، أو

المطالبات المتضاربة من المتحدثين باسم الشركات، والمنظمين الحكوميين والناشطين في مجال البيئة بدلًا من التركيز على القضايا والخلفية الفنية لهم، بحسب ما يقول ريتشي.

إن وظيفة الإعلام لا تقتصر فقط على عملية الاتصال والتواصل، بل كثيرًا ما تستخدم للتضليل، وتحويل انتباه الرأي العام من القضايا والتغييرات الهامة التي تقررها النخب السياسية والاقتصادية، بواسطة تقنية الفيض، أو الفيض المستمر من الانحرافات والمعلومات ضئيلة الأهمية.

ويتعين على الصحفيين الذين لديهم إمكانية الوصول إلى مصادر حكومية ومؤسسية رفيعة المستوى أن يحتفظوا بهم إلى جانبهم، من خلال عدم الإبلاغ عن أي شيء ضار بهم، أو لمنظماتهم، وإلا فإنها تخاطر بفقدانها كمصادر للمعلومات. ومقابل هذا الولاء، تعطيهم هذه المصادر في بعض الأحيان قصصًا جيدة، والتسريبات والوصول إلى مقابلات خاصة. فالمعلومات غير الرسمية، أو التسريبات، تعطي انطباعًا عن الصحافة الحقيقية، ولكنها غالبًا ما تكون مناورة استراتيجية من جانب أولئك الذين يتمتعون بمركز أو سلطة، وكما يقول ريتشي أيضًا: "إنه المصدر هو من بواعث السخرية المريرة للصحافة، وأن الصحفيين المحترمين هم على وجه التحديد الأكثر خدمة للمصدر، لأنهم من خلال جعل أنفسهم نافعين للنافذين يحصلون على حرية الوصول إلى "أفضل" المصادر".

ومن الضروري التمعن في نص مقالة تشومسكي: الاستراتيجيات العشرة للتلاعب بالعقول (http://www.syti.net/Manipulations.html)

١- استراتيجية الإلهاء والتسلية:

وتمثل هذه الاستراتيجية عنصرًا أساسيًّا لتحقيق الرقابة على المجتمع عبر تحويل انتباه الرأي العام عن القضايا الهامة، والتغيرات التي تقررها النخب السياسية والاقتصادية، مع إغراق النّاس بوابل متواصل من وسائل الترفيه، في مقابل شحّ المعلومات وندرتها. وهي استراتيجية ضرورية أيضًا لمنع العامة من الوصول إلى المعرفة الأساسية في مجالات العلوم والاقتصاد، وعلم النفس، وعلم الأعصاب، وعلم التحكم الآلي.

"حافظوا على اهتمام الرأي العام بعيدًا عن المشاكل الاجتماعية الحقيقية، اجعلوه مفتونًا بمسائل لا أهمية حقيقية لها. أبقوا الجمهور مشغولًا، مشغولًا، مشغولًا، لا وقت لديه للتفكير، وعليه العودة إلى المزرعة مع غيره من الحيوانات". (مقتطفات من دليل "الأسلحة الصامتة لخوض حرب هادئة"..)

٢- استراتيجيّة اختراع الأزمات والمشاكل وإيجاد الحلول:

ويسمّى هذا الأسلوب "اختراع المشكلة أو التّفاعل مع المشكلة أو إيجاد الحلّ". ويبدأ بخلق مشكلة, وافتعال "وضع مّا" الغاية منه انتزاع بعض ردود الفعل من الجمهور، بحيث يندفع الجمهور طالبًا بحلّ يرضيه.

على سبيل المثال: السّماح بانتشار العنف في المناطق الحضرية، أو تنظيم هجمات دموية حتى تصبح قوانين الأمن العام مطلوبة حتّى على حساب الحرية، أو اللجوء إلى خلق أزمة اقتصادية يصبح الخروج منها مشروطًا بقبول الحدّ الأدنى من الحقوق الاجتماعية، وتفكيك الخدمات

العامّة, ويتمّ تقديم تلك الحلول المبرمجة مسبقًا، ومن ثمّ قبولها على أنّها شرّ لابدّ منه.

٣- استراتيجية التدرّج في التطبيق:

تكفل هذه الاستراتيجية ضمان قبول ما لا يمكن قبوله، فيكفي أن يتمّ تطبيقه تدريجيًّا على مدى عشر سنوات. وبهذه الطريقة فرضت ظروف اقتصاديّة واجتماعيّة شكلت تحوّلًا جذريًّا مثل الليبرالية الجديدة، وما رافقها من زيادة في معدلات البطالة الهائلة، والهشاشة، والمرونة، الكثير من التغيرات تدفع لحدوث ثورة شعبية عارمة إذا ما طبقت بشكل فوري وفجائي؛ لذلك يتمّ تمريرها تدريجيًّا وعلى مراحل، بحيث يتكيف المواطن مع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

٤- استراتيجية التأجيل:

ومن الطرق الأخرى لتمرير قرار لا يحظى بالقبول الشعبي هو تقديمه باعتباره "قرارًا مؤلمًا، ولكنّه ضروريّ"، والسّعي إلى الحصول على موافقة الجمهور لتطبيق هذا القرار في المستقبل. ذلك لأن الشعب يرى أنّه من الأسهل دائمًا قبول القيام بالتضحية في المستقبل عوضًا عن التضحية بالحاضر، وحيث إنّ الجهد المطلوب لتجاوز الأمر لن يكون على الفور، وحيث إنّ الجمهور لا يزال يميل إلى الاعتقاد بسذاجة أنّ " كلّ شيء سيكون أفضل في المستقبل"، يتمكّن من تجنّب التضحية المطلوبة.

وفي النهاية فإنّ الوقت كفيل بأن يسمح للجمهور بالاعتياد على فكرة التغيير، ثم يقبل الأمر طائعًا عندما يحين الوقت لذلك.

٥- مخاطبة الجمهور على أنهم أطفال قصّر أو دون سن البلوغ:

تنتهج معظم الإعلانات الموجّهة للجمهور العريض خطابًا متوسلًا، وتقديم حجج وشخصيات وأسلوب تلقيني خاصّ، يوحي في كثير من الأحيان بأنّ المشاهد طفل في سنّ الرضاعة، أو أنّه يعاني إعاقة عقلية، أو سوء في الفهم. وعندما يكون الهدف تضليل المشاهد يتم اعتماد لغة صبيانية في الخطاب الإعلامي. لماذا؟ لأنك "إذا خاطبت شخصًا في سنّ الثانية عشرة من عمره توحي إليه أنّه كذلك (غض، وقليل الفهم والدراية)، وهناك احتمال أن تكون إجابته أو ردّ فعله العفوي كشخص في سنّ الثانية عشرة من عمره". (مقتطفات من دليل "الأسلحة الصّامتة لخوض حرب هادئة"...).

٦- مخاطبة العاطفة بدل العقل:

إن التوجّه إلى مخاطبة العواطف هو الأسلوب الكلاسيكي لتجاوز التحليل العقلاني، ومن ثم يتم قتل ملكة النقد وشلها لدى الجمهور. وبالإضافة إلى أنّ استخدام السجل العاطفي يفتح الباب أمام اللاوعي، ويعطّل ملكة التفكير، ويثير الرّغبات أو المخاوف، والانفعالات.

٧- إغراق الجمهور في الجهل والغباء:

يجب أن يبقى الجمهور غير قادر على فهم التقنيات والأساليب المستعملة من أجل السيطرة عليه واستعباده. ومن ثم يجب أن تكون نوعية التعليم الذي يتوفّر للمستويات التعليميّة الدنيا سطحيًّا، بحيث تحافظ على الفجوة التي تفصل بين النخبة والعامّة، وأن تبقى أسباب الفجوة مجهولة

لدى المستويات الدنيا".(مقتطفات من وثيقة "الأسلحة الصامتة لخوض حرب هادئة"...)

٨- تشجيع الجمهور على استحسان الرداءة:

إن تشجيع العامّة على أن تنظر بعين الرضا إلى كونها غبيّة، ومبتذلة، وغير متعلّمة، وتخويفها من المعرفة، أي تشجيعها على استحسان الرداءة يسهل من عملية تطويعها، والتلاعب بوعيها.

٩- تحويل مشاعر التمرّد إلى شعور بالذّنب:

يتم دفع كلّ شخص في المجتمع إلى الاعتقاد بأنّه هو المسئول الوحيد عن تعاسته، وذلك بسبب محدوديّة ذكائه وفطنته، وضعف قدرته أو جهوده. وهكذا، وبدلًا من أن يثور على النظام الاقتصادي يحطّ الفرد من ذاته، ويحقرها، ويستسلم للواقع، ويغرق نفسه في الشّعور بالذنب، ممّا يخلق لديه حالة اكتئاب تؤثر سلبًا على نشاطه اليومي، ومن ثم لا تتحقّق الثورة من دون نشاط أو فاعليّة.

١٠- معرفة الناس أكثر من معرفة الناس لذواتهم:

على مدى السنوات الخمسين الماضية، نتج عن التقدّم السّريع في العلوم اتّساع الفجوة بين المعارف العامة، وتلك التي تملكها وتستخدمها النّخب الحاكمة. مع تطور علم الأعصاب وعلم الأحياء وعلم النفس التطبيقي وصل "النظام العالمي" إلى معرفة متقدّمة للإنسان سواء عضويًّا أو نفسيًّا. لقد تمكّن "النظام العالمي" من معرفة الناس أكثر من معرفة الناس

لذواتهم. وهذا يعني أنه في معظم الحالات يسيطر "النظام العالمي" على الأشخاص، ويتحكّم بهم، أكثر من سيطرتهم على أنفسهم.

المراجع

أولًا- الكتب العربية:

– أميمة عبد اللطيف: السيطرة على الإعلام، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ٢٠٠٣

– جمال الزرن: تساؤلات عن الإعلام الجديد والإنترنت، العرب وثورة المعلومات، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٥

– انتصار عبد الرازق، الإعلام الجديد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، ٢٠١١

– بسيوني إبراهيم حمادة: حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة مع إشارة خاصة إلى الدول النامية، كراسات التنمية، القاهرة، ٢٠٠١

– حسن عماد مكاوي: الاتصال ونظرياته المعاصرة،، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٢

– خالد محمد غازي: الصحافة الإلكترونية.. الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، وكالة الصحافة العربية، القاهرة، ٢٠١٠

– ----------: صناعة الكذب.. كيف نفهم الإعلام البديل، وكالة الصحافة العربية، القاهرة، ٢٠٢٢

- ---------: ما بعد العولمة.. صناعة الإعلام وتحول السلطة، وكالة الصحافة العربية، القاهرة، ٢٠١٥

- طه حسين: مستقبل الثقافة في مصر، دار المعارف، القاهرة، ١٩٩٦

- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الشروق، بيروت، ٢٠٠٨

- عبد الإله بلقزيز: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، مركز درسات الوحدة العربية،٢٠١٣

- عبد المنعم المشاط: الأمن القومي العربي: أبعاده ومتطلباته، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة ، ١٩٩٣

- عبيدة صبطي: الإعلام الجديد والمجتمع، المركز العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٨

- عزام محمد: الإعلام الاجتماعي، دار غيداء للنشر والتوزيع ، السعودية، الرياض، ٢٠١٤

- على شومان: الإعلام.. الهيمنة الناعمة، كتاب الجمهورية، القاهرة، ٢٠١٦

- على عبدالفتاح كنعان: الإعلام والمجتمع، دار اليازوري، الأردن، ٢٠١٤

- علي حجازي إبراهيم, التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد, دار المعتز، الأردن ، ٢٠١٧

- عواطف عبد الرحمن: الإعلام والعولمة البديلة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٦

- فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١١

- مجموعة مؤلفون: سلطة الإعلام الاجتماعي، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، ٢٠١٧

- محمد سيد أحمد: السياسية والإعلام والمجتمع، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، ٢٠١٧

- --------:: الإعلام وتجريف العقل الجمعي، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، ٢٠١٤

- محمد علي البسيوني: دولة الفيسبوك، دار الشروق، القاهرة، ٢٠٠٩

- مروة نظير، دور وسائل الإعلام الجديد في عملية التنشئة السياسية، المركز العربي للدراسات والأبحاث، القاهرة، ٢٠١١

- نبيل علي: محورية الثقافة في مجتمع المعرفة: رؤية عربية مستقبلية، كتاب العربي، وزارة الإعلام، الكويت، ٢٠١٠

– نهوند القادري: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٨

– نهي عاطف: الإعلام الشعبي بين إعلام الدولة ودولة الإعلام، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٥

– وائل خليل: إشكاليات الإعلام ومعطيات الواقع، دار غيداء للنشر، السعودية، ٢٠١٤

– وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع. المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، ٢٠١١

– صباح حسن عبد القادر: الإعلام والجمهور، دار الفجر للنشر، القاهرة، ٢٠١٢

– صلاح الدين أحمد الجماعي: الاغتراب النفسي الاجتماعي وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي، عمان، الأردن، ٢٠١٠

ثانيًا- كتب مترجمة:

– آرثر آسا بيرجر: وسائل الإعلام والمجتمع، ترجمة، صالح خليل أبي إصبع، عالم المعرفة، الكويت، مارس ٢٠١٢

– ألبرت ل. هستر، واي لانج، تو: دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٠

– أوليجا جوديس بيلي وآخرون: فهم الإعلام البديل، ترجمة علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ٢٠٠٩

- بروس ويليامز: مقدمة إلى بيئة الإعلام الجديد، ترجمة أحمد شكل، مؤسسة هنداوي، القاهرة، ٢٠١٧

- تشارلي بيكيت: الإعلام الخارق، ترجمة، فايقة جرجس حنا، مؤسسة هنداوي، القاهرة، ٢٠١٧

- جوديس بيلي، أوليجا وآخرون: فهم الإعلام البديل، ترجمة علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ٢٠٠٩

- ستيف كولمان: الإعلام والجمهور، ترجمة صباح حسن عبدالقادر، دار الفجر القاهرة، ٢٠١٢

- شون ماكبرايد وآخرون: أصوات متعددة وعالم واحد، اليونسكو، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر،١٩٨١

- ليا ليفرو: وسائل الإعلام الجديدة والناشطة، ترجمة هبة ربيع، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ٢٠١٦

- ماتلار أرمان: تاريخ نظريات الاتصال،ترجمة نصر العياضي، صادق رابح، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ٢٠٠٥

ثالثًا- أبحاث الدوريات المحكمة

- الصادق الحمامي: الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، مجلة الإعلام والعصر، الإمارات، سبتمبر٢٠١٧

- براد كالبفيلد: صناعة الأخبار في عصر رقمي: مجلة "قضايا عالمية" عدد خاص عن: مجتمعات الإنترنت، مجلة إلكترونية، يصدرها

مكتب برامج الإعلام الخارجي بوزارة الخارجية الأميركية، تشرين الثاني/نوفمبر، ٢٠٠٠ http://usinfo.state.gov/ar.

– باديس لونيس: الإعلام الجديد والهُوية دراسة نظرية في جدلية العلاقة والتأثير, مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية, العدد ٣١, ديسمبر ٢٠١٤

– بدر الدين بلمولاي: دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٢٩, جوان/يونيو ٢٠١٧

– حلمي خضر ساري: تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة جامعة دمشق،المجلد ١١، العدد الأول، ٢٠٠٨

– حمدي أحمد عمر: مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي.. دراسة في سيسيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد العاشر، ٢٠١٤

– حنان جنيد: تكنولوجيا الاتصال التفاعلي "الإنترنت" وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات الخاصة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يناير– مارس ٢٠٠٩

– رضوان بلخيري: الإعلام الجديد.. مرحلة من التنافس توسيع الاستخدام وتجسيد المصطلح، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، العدد ١١، ٢٠١٤

– سمية بن عمارة وبن الزاهي منصور: الشعور بالاغتراب الاجتماعي لدى الشباب مستخدم الإنترنت»، مجلة دراسات نفسية وتربوية. جامعة ورقلة، مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، عدد ١٠، جوان ٢٠١٣

– محمد شكري سلام: ثورة الاتصال والإعلام، من الأيديولوجيا إلى الميديولوجيا "نحو رؤية نقدية"، مجلة عالم الفكر، العدد ١، المجلد ١١ سبتمبر ٢٠٠٣

– محمد محمد البادي: الإطار التربوي لقضية الأخلاقيات المهنية في وسائل الاتصال الجماهيرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول ١٩٩٧

– محمود حمدي عبد القوي: دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩

– مفيدة هامل: الإعلام الجديد: مصطلحات، مفاهيم، ونماذج، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، الصادرة عن كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، العدد ١١، ٢٠١٤

– نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث. السنة ٥، العدد ١١، جوان ٢٠١٣

رابعًا- رسائل جامعية:

– إيمان صابر صادق: استخدامات منصات الإعلام الجديد في المجتمع المصري الفيسبوك نموذجًا، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس كلية البنات للآداب والعلوم والتربية – قسم الاجتماع – شعبة الإعلام، ٢٠١٧

– سهيلة بو عمر: الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة ببسكرة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة بسكرة، الجزائر، ٢٠١٤

– عبد الكريم صالح بلحاج: استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٣

– عبد الله الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر، من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٢

– عبير إبراهيم: وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام:

دراسة تطبيقية علي قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩

– محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال. الأكاديمية العربية، الدنمارك، ٢٠١٢

– هناء كمال: الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩

– ياسمين محمد: الاتصال التفاعلى من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها برأس المال الاجتماعى.رسالة ماجستير, كلية الإعلام, جامعة القاهرة، ٢٠١٤

خامسًا- أبحاث المؤتمرات:

– مجدي الداغر: المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة الأمريكية، مؤتمر "دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، البتراء. ٢٠١١

– تيسير أبو عرجه: معالجة الصحف الأردنية اليومية لأحداث الربيع العربي، مؤتمر "وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير"،كلية الإعلام،جامعة البتراء، عمان، ٢٠١١

– عبد الرحمن محمد الشامي: آفاق التفاعلية في ظل الإعلام

الجديد، المجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، ٢٠٠٧

– عبد الرزاق الدليمي: الفيسبوك والتغير في تونس ومصر، مؤتمر "دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، البتراء، ٢٠١١

– نرمين زكريا: الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩

– ولاء جاد الكريم: الحراك السياسي للشباب المصري، دراسة حالة واقعية ورؤية استشرافية، مؤتمر المجتمع المدني في البلاد العربية ودوره المنظور في مرحلة ما بعد الربيع العربي، مؤسسة ماعت للسلام والتنمية وحقوق الإنسان، القاهرة، ٢٠١١

سادسًا- مواقع الإنترنت:

– إبراهيم إسماعيل عبده: العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت: https://cutt.us/iQwxa

– الإعلام الاجتماعي إعلام التغيير https://cutt.us/ojVvo

– الإعلام الاجتماعي وتحولات البيئة الاتصالية العربية الجديدة: https://cutt.us/N89Cr

– الإعلام الجديد الإشكاليات وأنماط التغير: https://2u.pw/9BrRdq

- الهوية الثقافية في ظل الإعلام الرقمي – دراسة تحليلية:
https://2u.pw/PbaHDj

- بشار عباس: العرب والإنترنت الجوانب الاجتماعية والاقتصادية:
https://accronline.com/print_article.aspx?id=8794

- بشار عباس: العرب والإنترنت: الجوانب الاجتماعية والاقتصادية: https://2u.pw/M8p92f

- حكيمة بولشعب: تحديات الهوية الثقافية العربية في ظل العولمة:
https://cutt.us/e7aLR

- سليمان العسكري: مجلة العربي: https://2u.pw/URTYck

- سليمان عادل بدر. ثقافة الشباب المعاصر بين عولمة التعليم وتعليم العولمة: https://2u.pw/SGTMGr

- عزو محمد عبد القادر ناجي: تأثير الإنترنت على ثقافة الشباب العربي:، https://cutt.us/Qe8Mb

- كمال عامر: الأمــن القومــي الأسس والمفاهيم النظرية:
https://cutt.us/YBn9U

- محمد عبد الرحمن عريف: https://2u.pw/yD1sny

- محمد قيراط: الإعلام والاغتراب والهوية الوطنية:
https://cutt.us/svJnb

- منار الرشواني: https://2u.pw/HHM68I

- مستقبل الإعلام من الصحافة الورقية إلى الصحافة الرقمية:
https://2u.pw/EZn8c3

- نادر جودة محمد: الموسوعة السياسية: https://2u.pw/DOc1BO

- وسائل التواصل الاجتماعي تتحدى وسائل الإعلام التقليدي: https://cutt.us/loVYS

- وليد رشاد زكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيديولوجيا إلى الميثولوجيا: https://cutt.us/EiI3Y

- سيلفيان تيمست:استراتيجيات الإعلام في التلاعب بالعقول، ترجمة محمد عبد الكريم يوسفhttps://cutt.us/ckFiW

- سلطة الإعلام الاجتماعي: https://2u.pw/JXQQPR

- مفهوم الاغتراب النفسي وأسبابه وعلاجه: https://cutt.us/IK3XB

سابعًا- مراجع أجنبية

-Adam, D.,I.,Kramer Experimental evidence of massive scale emotional contagion through social networks, department of communication and information science ,cornel university ,Ithaca (2014)

-Amanda Lenhart, Mary Madden. Teens ,privacy & onlinesocial Networks: How teens manage their online identities and personal information in the age ofMyspace. unpublished report.The Pew internet & American life project,U.S.A, P2. (2007)

- Boyd, d.m. & Ellison, N.B (.Social Network Sites:Definition, history and scholarship,Journal of computer- mediated communivation, 13(1) ,pp 210-230 (2007)

– Christy, chiu, Mathew.online social networks:why do students use facebook?. Human behavior,Vol 27,P1337-1343 (2011)

– Cohen ,S., Sherrod, D.,R. , clark, M.,S.Social skills and stress:protective role of social support ,journal of personality and social psychology ,U.S.A (1986)

– Duck, S.,W., Silver, R.,C.Personal relationships and social support. John Wily &Sons Ltd, London (1995)

- Haukins,J.M. and Allen,R: Oxford Encyclopedia oxford, clarendon press (1991)

- Hieftje, Kimberly. The Role of Social Networking Sites as a Medium for Memoriaization In Emerging Adults, the faculty of the University Graduate School PhD Health Behavior in the School of Health, Physical Education and Recreation Indiana University (2009)

الفهرس